

## Perancangan Poster Carousel Sebagai Media Dakwah Berbasis Digital

**Danu Zulfan Irnanda**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Jawa Timur

**Masnuna**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Jawa Timur

Jalan Raya Rungkut Madya No. 1, Gunung Anyar, Surabaya, 60294

Korespondensi penulis: [21052010097@student.upnjatim.ac.id](mailto:21052010097@student.upnjatim.ac.id)

***Abstract.** In the continuously evolving digital era, preaching media is becoming increasingly vast and dynamic. One medium with significant potential is digitally-based posters. This research aims to identify and analyze the design strategies for digital-based posters as an effective medium for preaching. Through a qualitative approach and design study, the authors explore various design aspects, including the selection of illustrations, typography, and color that influence the success of the preaching message.*

***Keyword:** Preaching, Digital Media, Poster*

**Abstrak.** Dalam era digital yang terus berkembang, media dakwah menjadi semakin luas dan dinamis. Salah satu media yang memiliki potensi besar adalah poster berbasis digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi perancangan poster sebagai media dakwah berbasis digital yang efektif. Melalui pendekatan kualitatif dan studi desain, penulis mengeksplorasi berbagai aspek perancangan, termasuk pemilihan ilustrasi, tipografi, dan warna yang memengaruhi keberhasilan pesan dakwah.

**Kata kunci:** Dakwah, Media Digital, Poster

### LATAR BELAKANG

Dalam menghadapi perubahan pesat teknologi informasi dan komunikasi, media dakwah menjadi semakin tertantang untuk mempertahankan relevansinya dalam menyampaikan pesan-pesan nilai dan ajaran agama. Seiring dengan perkembangan tersebut, poster berbasis digital muncul sebagai salah satu wadah yang memiliki potensi besar untuk menjadi sarana efektif dalam menjangkau masyarakat yang lebih luas. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada strategi perancangan poster sebagai media dakwah berbasis digital dengan tujuan mengoptimalkan dampak komunikatifnya.

Dalam era di mana informasi dapat dengan cepat tersebar melalui platform-platform digital, pemilihan media yang tepat dan desain yang efektif menjadi kunci utama dalam memastikan pesan dakwah dapat disampaikan dengan jelas dan menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki strategi perancangan yang dapat meningkatkan keterbacaan dan daya tarik visual dari poster dakwah digital. Dengan memahami elemen-elemen desain yang

ada, diharapkan penulis dapat merancang poster dakwah yang mampu menyentuh hati dan pikiran audiens secara lebih efektif.

Melalui kajian mendalam terhadap perkembangan terkini dalam perancangan poster digital dan pendekatan yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah, penelitian ini akan memberikan kontribusi yang berarti terhadap pemahaman kita tentang bagaimana memanfaatkan potensi desain grafis untuk kepentingan dakwah di tengah arus informasi digital. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi para praktisi dakwah, desainer grafis, dan semua pihak yang berkepentingan dalam mengoptimalkan peran poster sebagai media dakwah dalam era digital ini.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Poster**

Poster adalah sebagai kombinasi visual dari rancangan yang kuat, dengan warna, dan pesan dengan maksud untuk menangkap perhatian orang yang lewat tetapi cukup lama menanamkan perhatian orang yang lewat tetapi cukup lama menanamkan gagasan yang berarti di dalam ingatannya (Sudjana 2009). Poster mempunyai keuntungan dalam menarik orang yang mempunyai minat khusus, karena poster dapat menyampaikan atau menyaji-kan pokok dari suatu permasalahan (Lawson 2006). Dalam media sosial juga terdapat fitur yang bernama *Carousel*, *Carousel* sendiri adalah salah satu jenis konten di media sosial. Ciri khasnya yakni adanya lebih dari satu gambar dalam satu konten.

### **Dakwah**

Secara etimologi kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu dari kata kerja kerja (fi'il) yaitu, da'a yad'du, yang artinya mengajak, menyeru, mengundang atau memanggil. Secara terminology dakwah mempunyai pengertian, sebagaimana dikemukakan para ahli dakwah, diantaranya: Menurut M.S. Nasaruddin Latif, dakwah yaitu setiap usaha atau aktivitas dengan lisan atau tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan mematuhi Allah SWT sesuai dengan garis akidah dan syari'ah serta akhlak Islamiyah. Dakwah juga diartikan sebagai suatu kegiatan mengajak, mempengaruhi menyeru dan memanggil serta merubah seseorang dari yang kurang baik menjadi lebih baik."

### **Media Digital**

Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel *optic broadband*, satelit dan sistem gelombang mikro (Flew 2008).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha untuk mendeskripsikan suatu fenomena atau peristiwa sesuai dengan apa adanya dan dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai keadaan saat itu (Dantes 2012). Data diperoleh dari observasi langsung terhadap poster dakwah yang sudah ada. Analisis data dilakukan dengan cara mengidentifikasi elemen visual pada setiap poster dan mengevaluasi daya tarik visualnya. Analisis ini bersifat fleksibel dan dapat berubah-ubah sesuai dengan kondisi lapangan. Analisis kualitatif menghasilkan data bukan dalam bentuk angka, namun berupa deskriptif kualitatif dalam bentuk teks, dokumen, gambar, atau lisan dari orang-orang, objek, dan perilaku yang diamati di lapangan (Sarwono 2006).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengumpulan Data

Dalam menjalankan tahapan pembuatan, keberadaan data yang valid dan terbukti akurat sangatlah penting. Oleh karena itu, untuk memperoleh data yang sah dan tepat, dilakukan teknik pengumpulan data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

#### 1. Riset

Riset adalah proses menganalisis, mengumpulkan, dan menerjemahkan informasi atau data secara sistematis untuk menambah pemahaman kita terhadap suatu fenomena tertentu yang menarik perhatian. Riset yang mendalam dapat juga membantu kita untuk mengumpulkan informasi yang akurat dan relevan sebelum menulis artikel atau melaporkan berita. Dengan adanya data-data riset, akan melakukan sebuah perancangan di tahap selanjutnya.

#### 2. Brainstorming

Biasanya penulis akan mencari ide-ide konten di dalam Instagram, karena dari sana penulis bisa sekaligus memiliki referensi seperti apa dan konten jenis apa yang akan di buat, seperti konten dari @sholahayub, karena memiliki gaya ilustrasi yang mirip dengan gaya ilustrasi dari Better Youth, serta konten yang beliau berikan cukup menarik untuk di baca bagi para pemuda. Kemudian penulis mencatat ide yang di temukannya di list *brainstorming* seluruh tim magang.



Gambar 2.: Contoh konten sholahayub  
(Sumber: <https://www.instagram.com/sholahayub/>)

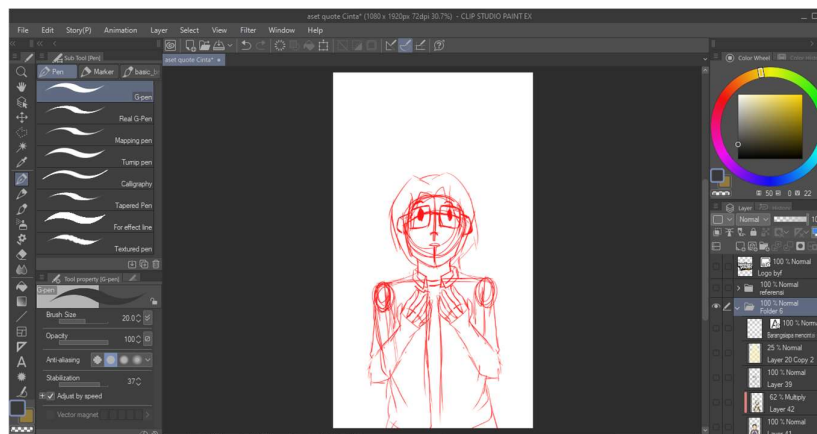
### 1.3. Pencarian Referensi Ilustrasi

Pencarian referensi bertujuan agar mempermudah proses perancangan ilustrasi, serta dapat membantu penulis untuk menciptakan ide baru dalam menciptakan ilustrasi. Mencari sebuah referensi dengan tema yang dibutuhkan akan sangat membantu dalam penggambaran sebuah karya di dalam pikiran.

### Tahap Perancangan

#### 1. Pembuatan Sketsa

Dalam proses mengilustrasi mulai dari sketsa penulis menggunakan Clip Studio Paint sebagai media untuk membuat ilustrasi, dalam proses sketsa penulis membuat pertama-tama membuat bentuk dasar anatomi terlebih dahulu, kemudian mulai merapihkannya menjadi bentuk yang akan di buat nanti.



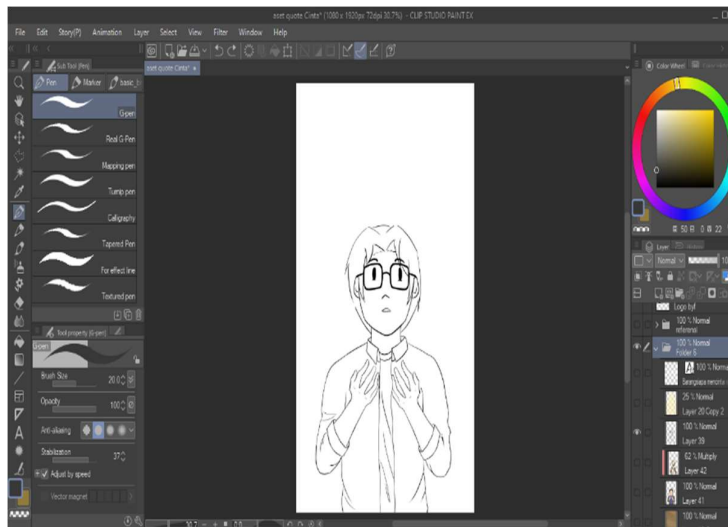
Gambar 4.: Sketsa konten quote

## 2. Proses Line Art

Dalam proses ini penulis menggunakan *G-pen* pada Clip Studio Paint sebagai tool utama dalam membuat *line art*, kemudian membuat garis sesuai dengan sketsa yang telah dibuat.



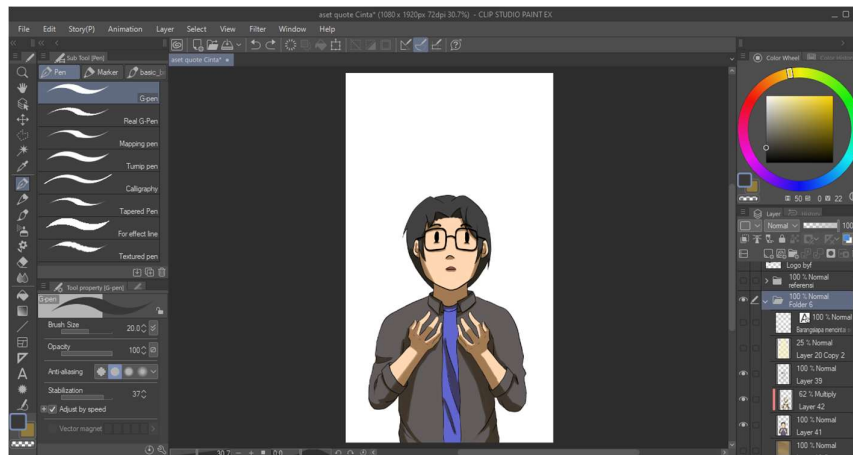
Gambar5.: *G-pen* pada Clip Studio Paint



Gambar 6.: Hasil line art dari sketsa

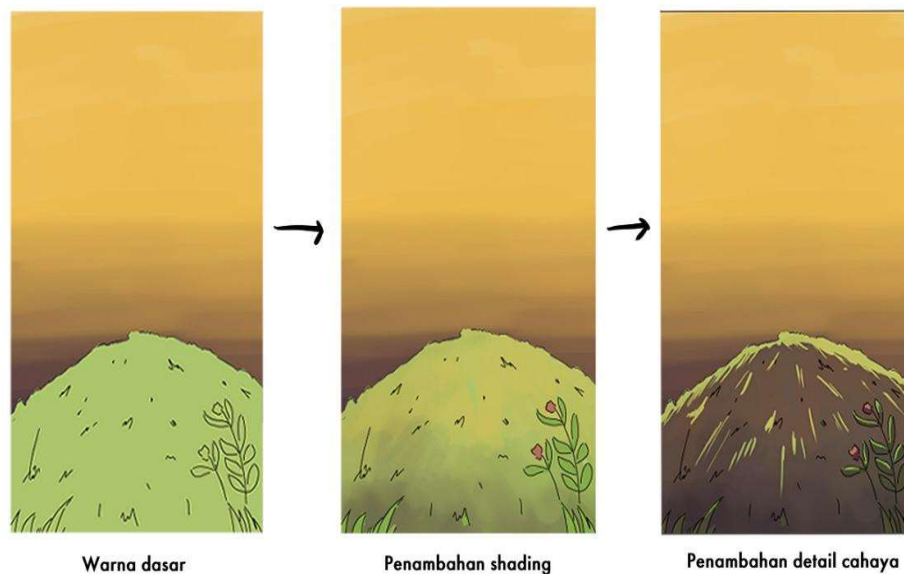
## 3. Proses Mewarnai Dan Shading

Dalam proses mewarnai penulis menggunakan *Bucket tool* untuk mempersingkat waktu pewarnaan, kemudian untuk proses shadingnya penulis menggunakan *Indian Brush* yang teksturnya cukup kasar, agar ilustrasi yang penulis buat sesuai dengan target audien yang akan dituju yaitu para pemuda.



Gambar 7.: Hasil dari coloring dan shading

Lalu untuk Background penulis mengkombinasikan *Basic brush*, *Watercolor Brush* dan *Indian Brush*, *Indian Brush* digunakan sebagai brush utama dalam membuat sedangkan *Basic brush* dan *Watercolor Brush* digunakan untuk memperhalus shading dari *Indian Brush* agar tidak terlalu mencolok.



Gambar 8.: Proses Mewarnai Background

Dan untuk proses pewarnaan background penulis memulainya dengan membuat warna dasar terlebih dahulu, kemudian menambahkan shading serta memperhalus shading tersebut, lalu tahap terakhir adalah penambahan detail.

## Pembahasan

Setelah selesai melalui proses perancangan pada poster, dapat diambil dua aspek yang perlu diperhatikan dalam pembuatan poster ilustrasi sebagai berikut:

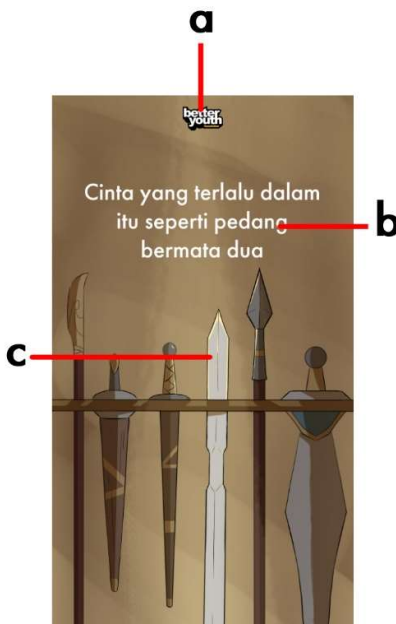
1. Aspek informasi pada konten
2. Aspek Visual pada Poster

### 1. Aspek Informasi Pada Konten

Informasi pada konten yang disampaikan perlu mengandung ajakan atau memberi pesan empati atau simpati secara tidak langsung, informasi yang disampaikan juga perlu penjelasan mengenai konten yang dibahas secara singkat dan padat.



Gambar 1.: Kumpulan slide pada konten quote tentang cinta



Gambar 2.: Silde 1 konten quote tentang cinta

(a) Logo yayasan, yang merupakan mengelola konten (b) pesan atau informasi, mengandung pesan atau informasi yang akan disampaikan serta pemilihan kata tertentu membuat para audien ingin tahu apa yang akan terjadi selanjutnya, hal ini juga dapat menambah interaksi kepada audien terhadap konten yang dibuat, (c) Ilustrasi yang menggambarkan informasi dan pesan lewat media visual.

## 2. Aspek Visual Pada Poster

### a. Gaya Ilustrasi



*Gambar 3.: Iklan Youtube yang menggunakan gaya visual Corporate  
(Sumber: Youtube)*

Dalam aspek visual perlu style atau gaya tertentu yang perlu diperhatikan dalam membuat ilustrasi, di sini penulis menggunakan gaya ilustrasi corporate yang sering digunakan para perusahaan-perusahaan besar seperti Facebook dan Google.



*Gambar 4.: Ilustrasi konten quote tentang cinta slide ke-6*



Meskipun menggunakan gaya corporate, penulis menambahkan beberapa elemen yang tidak terdapat pada corporate umumnya, seperti penggunaan warna background yang tidak flat serta shading dan ilustrasi yang sedikit lebih detail dan tidak flat.

b. Warna

Warna merupakan aspek yang sangat penting dalam perancangan ilustrasi, Disini penulis memberhatikan warna pada konten poster sebagai hierarki untuk ilustrasi yang dibuat, agar hierarki tersebut dapat terlihat perlu meperhatikan kontras, cahaya, serta tone warna yang akan digunakan. Serta untuk pewarnaan background penulis menggunakan warna yang terkesan halus agar para audien dapat terfokus ke ilustrasi serta tipografinya.

c. Tipografi

Pada bagian tipografi, penulis menggunakan tipografi berjenis *sans serif*, karena tipografi ini lebih mudah dalam keterbacaannya. Font yang penulis gunakan adalah Futura dengan format *Bold*, dan format paragraph *Center*.



Gambar 6.: Font Futura  
(Sumber: Wikipedia)

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil perancangan Poster Carousel Sebagai Media Dakwah Berbasis Digital, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut, Tujuan dibuatnya psoter ini adalah sebagai pengenalan terhadap audien terhadap keefektifan poster carousel berbasis digital dalam penyampaian dakwah secara luas, tujuan lain dibuatnya poster ini adalah agar audien dapat merasakan interaksi yang dibuat dalam menyampaikan sebuah informasi, agar informasi yang disampaikan menjadi menarik untuk dikonsumsi oleh audien.

Serta dalam merancang sebuah poster sebagai media dakwah, elemen-elemen visual yang terdapat poster perlu diperhatikan agar keterbacaan suatu informasi menjadi jelas serta membuat poster tersebut menjadi menarik.

## DAFTAR REFERENSI

- Astuti, Hani. 2018. "PENGUNAAN POSTER SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KESEHATAN." 15.
- Aulia, Mochamad Ficky, and Harry Atmami. 2023. "Skema Perancangan Media Visual Kampanye (Ideological) bagi Desain Komunikasi Visual." *DESKOVI: Art and Design Journal* 6(1):48. doi: 10.51804/deskovi.v6i1.3096.
- Burhanudin, Aan Mohamad, Yayah Nurhidayah, and Ulfa Chaerunisa. 2019. "DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL." *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 10(2):236. doi: 10.24235/orasi.v10i2.5658.
- Dantes, Nyoman. 2012. "Metodelogi Penelitian." *Yogyakarta: CV Andi Offset*.
- Flew, Terry. 2008. *New Media: An Introduction (3rd Edition)*. Australia: Oxford University Press.
- Lawson, Bryan. 2006. *How Designers Think: The Design Process Demystified*. Routledge.
- Multi, Rizki, and Kadek Ayu Melyana Febrianti. 2021. "Perancangan Poster Digital Pada Objek Wisata Untuk Promosi Taman Edelweis Dimasa Pandemi Covid-19 (Designing Digital Posters on Tourist Attractions for the Promotion of Edelweiss Park during the Covid- 19 Pandemic)." 1.
- Sarwono, Jonathan. 2006. "Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif." *Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Kepolisian (STIK)*. Retrieved December 13, 2023 (<http://library.stik-ptik.ac.id>).
- Sudjana, Nana. 2009. "Media Pengajaran." *Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Kepolisian (STIK)*. Retrieved December 14, 2023 (<http://library.stik-ptik.ac.id>).
- Wardani, Winny Gunarti Widya, and Rina Wahyu Winarni. 2021. "MENDESAIN POSTER MOTIVASI SEBAGAI MEDIA EDUKASI ANAK-ANAK PEMULUNG DAN DHUFAFA DI SEKOLAH KAMI, BEKASI BARAT." *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2(2):365–78. doi: 10.46576/rjpkm.v2i2.1199.