
STRATEGI PENGEMBANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH OLEH AKHWAT CREATIVE PROJECT (ACP)

Oleh

Dhea Fildza Nadhira¹⁾, Edy Muslimin²⁾, Agus Fatuh Widoyo³⁾^{1,2,3}Institut Islam Mamba'ul 'Ulum SurakartaE-mail: ¹dheanadhira10@gmail.com, ²edymuslimin@iimsurakarta.ac.id,
³agusfatuh@iimsurakarta.ac.id**Abstrak**

Pada era internet of things sekarang, segala aktifitas bisa dilakukan secara daring atau online sehingga dirasa perlu mengembangkan strategi dakwah Islam agar sesuai dengan perkembangan zaman dan tidak membosankan yang menjadikan ruang lingkupnya lebih luas. Maka dibutuhkan strategi dakwah yang tepat agar bisa diterima oleh seluruh lapisan masyarakat khususnya umat muslim. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan tentang strategi pengembangan desain komunikasi visual sebagai media dakwah oleh komunitas Akhwat Creative Project (ACP). Metode dalam penelitian adalah kualitatif dengan subjek penelitian admin akun instagram @akhwatcreativeproject. Data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dengan cara reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuan pengembangan desain komunikasi visual sebagai media dakwah oleh Akhwat Creative Project (ACP) untuk berdakwah karena Allah dan membantu membangkitkan Islam melalui dakwah visual dengan karya terbaik melawan media-media yang menghancurkan umat Islam tanpa mengenal waktu. Strategi pengembangan desain komunikasi visual sebagai media dakwah yang diterapkan Akhwat Creative Project (ACP) melalui dua sisi yaitu internal dan eksternal. Strategi internal yang dilakukan Akhwat Creative Project (ACP) ialah fokus kepada member Akhwat Creative Project (ACP), dan strategi eksternal Akhwat Creative Project (ACP) mengembangkan lewat media sosial instagram pada akun @akhwatcreativeproject dengan membranding komunitas Akhwat Creative Project (ACP) agar lebih dikenal masyarakat.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan, Dakwah Visual**PENDAHULUAN**

Pada era *internet of things* sekarang, atau yang biasa disebut dengan era 4.0, segala aktifitas bisa dilakukan secara *daring* atau online sehingga dirasa perlu mengembangkan strategi dakwah Islam agar sesuai dengan perkembangan zaman dan tidak membosankan yang menjadikan ruang lingkupnya lebih luas, karena manusia zaman sekarang hidup di era globalisasi yang setiap aktifitasnya bisa dilakukan dengan internet/ media sosial. Dakwah secara etimologi berasal dari bahasa arab yang bersumber dari kata دعا - يدعو - دعوة *da'a, yad'u, da'watan* yang mempunyai arti seruan, panggilan, undangan atau do'a.

Adapun dakwah secara terminologi sebagaimana yang telah dikemukakan oleh beberapa ahli, menurut Syekh Ali Mahfudh

dakwah ialah mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan petunjuk, memerintahkan berbuat kebaikan dan mencegah berbuat kejahatan, supaya mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Dari penjelasan dakwah diatas maka dapat dipahami bahwa dakwah adalah menyeru seseorang untuk berbuat ma'ruf dan menjauhi kemungkaran untuk mendapatkan ridho Allah SWT. Secara tidak langsung, umat Islam yang diwajibkan untuk berdakwah menghadapi rintangan, salah satunya adalah metode berdakwah yang sesuai dengan kondisi sekarang. Berdakwah tidak hanya selalu di mimbar, kajian-kajian secara langsung, tapi berdakwah juga bisa melalui visual, contohnya di Instagram banyak akun-akun Islami yang memposting tentang firman Allah SWT, hadits-hadits Nabi, dan pesan-pesan dakwah Islam.



Akan tetapi sangat disayangkan, dengan adanya kemajuan teknologi yang ada saat ini, seruan da'wah belum bisa tersebar secara masif kepada khalayak umum, salah satu faktor yang mempengaruhi adalah masih banyaknya para pendakwah/da'i yang belum bisa menggunakan fasilitas yang ada, seperti menggunakan media sosial Facebook, Instagram, Youtube, dan lain-lain sebagai media berda'wah.

Hal tersebut tentu menjadi kendala, karena da'wah pada zaman sekarang seharusnya sudah bisa mengikuti kemajuan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi), agar seruan da'wah bisa diketahui oleh khalayak umum serta demi kemajuan Umat Islam. Karena berdasar data yang dikutip dari situs Kompas Tekno, bahwa pengguna internet di Indonesia pada awal 2022 ini dilaporkan mencapai 210 juta jiwa dari total jumlah penduduk Indonesia saat ini diestimasikan mencapai 272,68 juta jiwa pada tahun 2021. Dari jumlah ini, mayoritas pengguna mengakses internet lewat ponsel untuk membuka media sosial atau sebanyak 98,02 persen pengguna internet yang membuka media sosial.

(<https://tekno.kompas.com/read/2022/06/10/19350007/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022?page=all> diakses pada 22 Agustus 2022, 22.30 WIB)

Dengan adanya realita tersebut, diharapkan untuk generasi-generasi muda Islam pada saat ini supaya belajar serta mengimplementasikan kemajuan teknologi untuk hal-hal yang positif, salah satunya adalah untuk berda'wah melalui media sosial/internet.

Oleh sebab itu, dengan melihat perkembangan zaman dan kewajiban untuk berdakwah bagi seorang muslim maka dibentuklah Akhwat Creative Project (ACP) yang selanjutnya akan penulis sebut dengan ACP. ACP sebagai suatu komunitas belajar editing seperti desain poster juga video dengan tujuan untuk berdakwah karena Allah SWT. Akhwat Creative Project dibentuk Ahad, 26 Juli 2020 dengan semua admin dan anggota akhwat atau perempuan, ini salah satu yang membuat ACP menjadi unik dan spesial. Kegiatan ACP meliputi belajar seputar editing dalam dunia

dakwah secara visual dan juga bergerak dalam bidang kemanusiaan. Dengan visi menjadi muslimah yang taat kepada Allah dan Rasul-Nya serta berkontribusi kepada umat muslim dalam bidang dakwah melalui sosial media, dan misi mendekatkan generasi muslim khususnya pemuda untuk kembali dan terus berjuang di jalan Allah.

Strategi berdakwah pada era digital sekarang dibutuhkan langkah yang tepat, agar bisa diterima oleh seluruh lapisan masyarakat, khususnya umat muslim agar bisa menjaga diri dari dampak negatif di era sekarang. Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan tentang tujuan dan strategi pengembangan desain komunikasi visual sebagai media dakwah oleh komunitas Akhwat Creative Project (ACP).

LANDASAN TEORI

Strategi Pengembangan Desain Komunikasi Visual

1. Pengertian Strategi Pengembangan

Kata "strategi" adalah turunan dari kata dalam Bahasa Yunani, *stratēgos*. Adapun *stratēgos* dapat diterjemahkan sebagai 'komandan militer' pada zaman demokrasi Athena. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai suatu sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.

Strategi dapat dikatakan sebagai suatu tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar. Strategi dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas apa yang sedang dan akan dilaksanakan perusahaan demi mencapai tujuan yang ingin dicapai. Menurut Chandler, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya (Sesra Budio, 2019: 59). Sedangkan menurut Porter, strategi adalah alat

yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing (Sesra Budio,2019: 59).

Suatu strategi dikatakan sebagai strategi pengembangan jika secara sengaja organisasi mendesain strategi yang hendak meningkatkan status, kapasitas, dan sumber daya yang pada ujungnya akan melahirkan postur organisasi baru yang berbeda di masa depan. Organisasi sepenuhnya diletakkan dan dioperasikan dalam mode pengembangan.

Tahap-tahap Strategi Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, maka perlu adanya proses perencanaan strategis yang terstruktur. Proses manajemen strategis menurut Fred R. David memiliki tiga tahapan, diantaranya: (Fred R. David,2009: 37) 1) Perumusan Strategi, Tahap pertama ini terdiri dari membangun visi dan misi, mengidentifikasi kesempatan dan ancaman dari luar organisasi, menentukan apa yang menjadi kekuatan serta kelemahan internal organisasi, menentukan tujuan jangka panjang, menentukan strategi alternatif, serta menentukan sasaran yang tepat. 2) Implementasi Strategi, Implementasi strategi sering disebut sebagai “tahapan aksi” dari manajemen strategis. Mengimplementasikan strategi berarti mengerahkan seluruh struktur organisasi untuk mentransformasikan rumusan strategi menjadi aksi nyata. Tahapan ini sering dinilai sebagai tahap tersulit, sebab membutuhkan pribadi yang disiplin, komitmen, dan pengorbanan. Keberhasilan implementasi strategi bergantung pada bagaimana kemampuan manajer atau atasan dalam memotivasi karyawan atau bawahannya. Strategi yang sudah dirumuskan namun tidak dilaksanakan akan menjadi tidak berguna. 3) Evaluasi, Strategi Mengevaluasi strategi sangat diperlukan karena kesuksesan hari ini tidak menjamin kesuksesan untuk keesokan harinya. Kesuksesan selalu menciptakan masalah baru dan berbeda. Tahap terakhir ini merupakan cara yang utama untuk memperoleh informasi tentang apakah strategi-strategi yang telah dirumuskan sudah berjalan dengan baik atau belum. Tiga hal yang perlu dilakukan dalam evaluasi adalah: meninjau kembali faktor internal dan eksternal dari dasar strategi,

mengukur hasil dari implementasi, serta melakukan tindakan perbaikan.

Pentingnya dan manfaat strategi yaitu: (Supriono, 1998: 8) 1) strategi merupakan cara untuk mengantisipasi tantangan-tantangan dan kesempatan-kesempatan masa depan pada kondisi lingkungan lembaga yang cepat berkembang. 2) strategi dapat memberikan tujuan dan arah perusahaan dimasa depan yang jelas bermanfaat pada semua karyawan. 3) Strategi adalah kacamata yang bermanfaat untuk memonitor apa yang dikerjakan dan terjadi di dalam perusahaan, dapat memberikan sumbangan terhadap kesuksesan perusahaan atau sebaliknya.

2. Pengertian Desain Komunikasi Visual

Istilah desain sendiri secara etimologi berasal dari beberapa serapan bahasa yang diambil dari bahasa itali yaitu “*designo*” yang secara gramatikal berarti gambar. Kata desain tersebut dapat digunakan pada berbagai kalimat, baik kata benda maupun kata kerja. Apalagi sebagai kata kerja, istilah “desain” dapat diartikan sebagai proses dalam membuat atau menciptakan sebuah objek baru. Sedangkan dalam kata benda, istilah “desain” dapat digunakan sebagai hasil akhir dari sebuah proses kreatif, baik itu berwujud sebuah rencana, proposal atau berbentuk karya nyata (Lia Anggraini S dan Kirana Nathalia, 2013: 13- 14).

Desain grafis belakangan ini lebih sering disebut “desain komunikasi visual” atau disingkat DKV sebab memiliki peran mengomunikasikan pesan atau informasi kepada pembaca dengan berbagai kekuatan visual, seperti tipografi, ilustrasi, warna, garis, layout, dan sebagainya dengan bantuan teknologi. Dalam beberapa kasus, istilah DKV dianggap lebih dapat menampung perkembangan desain grafis yang semakin luas, tidak terbatas pada penggunaan unsur-unsur grafis (visual). (Rakhmat Supriyono, 2010: 9). Desain komunikasi visual menurut penulis, ialah salah satu wujud dari sifat komunikasi nonverbal yang menggunakan objek visual (yang dapat dilihat) untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan.



Unsur-unsur dari desain adalah hal-hal digunakan dalam pembuatan desain. Para desainer hendaknya mengetahui unsur-unsur apa saja yang akan digunakannya dalam membuat karya desain. Pada umumnya unsur-unsur desain terdiri dari: (Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia, 2013: 32-37). a. Garis (*Line*) adalah unsur desain yang menghubungkan antara satu titik poin dengan titik poin lain yang menghasilkan bentuk lengkung atau lurus. b. Bentuk (*Shape*) segala sesuatu yang mempunyai diameter, tinggi, dan lebar. c. Tekstur (*Texture*) merupakan tampilan dari suatu benda yang dapat dinilai dengan cara diraba atau dilihat. d. Gelap Terang/Kontras (*Contrast*) merupakan komposisi warna yang berlawanan antara satu dengan yang lainnya. e. Ukuran (*Size*) memiliki arti sebagai perbedaan antara besar dan kecilnya suatu benda atau objek. f. Warna (*Color*) adalah unsur penting dalam mendesain karena dapat menarik minat orang untuk melihatnya.

Agar sebuah desain bisa komunikatif, efisien, efektif, dan indah secara estetis, maka kita harus menerapkan prinsip-prinsip kerja desain sebagai berikut: (Lia Anggraini S. dan Kirana Nathalia, 2013: 41-46). 1) Keseimbangan (*Balance*), 2) Irama (*Rhythm*), 3) Penekanan (*Emphasis*), 4) Kesatuan (*Unity*).

Media Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah secara etimologi (bahasa), berasal dari bahasa arab دعوة “*da’wah*”, dakwah terdiri dari tiga huruf, yaitu *dal*, *‘ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf tersebut terbentuklah beberapa kata dan ragam makna. Makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, mendoakan. Sedangkan pengertian dakwah secara terminologi (istilah) salah satunya mengambil isyarat dari surah yang menjadi dalil kewajiban dakwah dalam surat An-Nahl (16) ayat 125,

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ
الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ
هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ
بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan

bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Secara umum definisi dakwah menurut dalil Al-Qur’an dan yang dikemukakan oleh para ahli diatas adalah menunjukkan pada kegiatan yang bertujuan perubahan positif dalam diri manusia dan mengajak kepada jalan Allah (sistem Islam) secara menyeluruh; baik dengan lisan, tulisan, maupun dengan perbuatan sebagai ikhtiar (upaya) muslim mewujudkan nilai-nilai Islam dengan realitas kehidupan dalam kehidupan secara menyeluruh sehingga terwujud khairu umah (umat terbaik). Fungsi dakwah adalah untuk menyebarkan Islam kepada individu sehingga meratalah rahmat Islam. Tujuan dakwah adalah mengajak orang-orang non Islam untuk memeluk Islam dan menyebarkan kebaikan dan mencegah timbulnya kemaksiatan pada individu masyarakat.

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur itu adalah *da’i* (subjek dakwah), *mad’u* (objek dakwah), *maudhu* (pesan/materi dakwah), *wasilah* (media dakwah) dan *thoriqoh* (metode). a. *Da’i*, Yang dimaksud *da’i* adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan, tulisan ataupun perbuatan dan baik sebagai individu, kelompok atau berbentuk organisasi atau lembaga. b. *Mad’u* (objek dakwah), Unsur dakwah yang kedua adalah *mad’u* yaitu manusia yang menjadi saran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik individu maupun kelompok, baik manusia yang beragama Islam atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan. c. *Maudhu’* (pesan dakwah), *Maudhu’* dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan *da’i* kepada *mad’u*. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maudhu* dakwah ialah membahas ajaran Islam itu sendiri, sebab semua ajaran Islam yang sangat luas itu bisa dijadikan *maudhu* dakwah itu. d. *Wasilah* (jenis-jenis media dakwah), 1) *Spoken word*, yaitu media dakwah yang berbentuk ucapan atau bunyi yang

dapat di tangkap dengan indera telinga. 2) *Perinted writing*, yaitu media dakwah yang berbentuk tulisan, gambar, lukisan, dan sebagainya yang dapat ditangkap dengan indera mata. 3) Audio visual, yaitu media dakwah yang berbentuk gambar hidup yang dapat di dengar sekaligus dapat dilihat seperti ditelevisi, film, vidio, dan sebagainya. e. *Thoriqoh* (Metode), Metode dakwah pada garis besarnya dibagi menjadi tiga, yaitu: 1) Dakwah *Qouliyah* (oral) yaitu dakwah yang berbentuk ucapan atau lisan yang dapat didengar oleh objek dakwah. 2) Dakwah *Kitabiyah* (Tulis), yaitu metode penyampaian dakwah melalui tulisan. 3) Dakwah *Fi'liyah* (Dakwah bil Hal), yaitu metode penyampaian dakwah dengan tidak menggunakan kata-kata lisan maupun tulis tapi berupa tindakan nyata.

2. Media Dakwah

Media dakwah merupakan salah satu unsur dakwah dalam sebuah kegiatan dakwah. Meskipun dakwah masih bisa tetap berjalan tanpa adanya media dakwah, namun seorang pendakwah yang menggunakan bantuan media dakwah dalam menyampaikan pesan dakwah akan lebih mudah untuk dipahami pesannya, sebab para penerima pesan (*mad'u*) mendapat gambaran tentang pesan yang hendak disampaikan. Media berasal dari bahasa latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam bahasa inggris media merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti tengah, antara, rata-rata. Dari pengertian ini, ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikator kepada komunikan. Dalam bahasa arab media sama dengan wasilah atau dalam bentuk jamak, wasail yang berarti alat atau perantara. (Moh. Ali Aziz, 2015: 403). Mira Fauziyah sebagaimana yang dikutip oleh Moh. Ali Aziz memberi definisi bahwa media dakwah adalah alat atau sarana yang digunakan untuk berdakwah dengan tujuan supaya memudahkan penyampaian pesan dakwah kepada *mad'u*. (Moh. Ali Aziz, 2015: 404). Salah satu media dakwah adalah media sosial, kehadiran situs jejaring sosial (*social networking site*) atau sering disebut dengan media sosial (*social media*) seperti Facebook,

Twitter, Instagram. YouTube dan sebagainya merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas, atau pendapat pengguna. Hal ini memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang siber.

Dakwah di Media Sosial

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi. Namun pengertian media ini cenderung dengan sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Semua definisi yang ada memiliki kecenderungan yang sama, bahwa ketika disebutkan kata “media” yang muncul adalah sarana disertai dengan teknologinya. Sedangkan, kata “sosial” yaitu secara teori semestinya didekati oleh ranah sosiologi. Bahkan, dalam teori sosiologi disebutkan bahwa media pada dasarnya adalah sosial karena media merupakan bagian dari masyarakat dan aspek dari masyarakat yang dipresentasikan dalam bentuk perangkat teknologi yang digunakan. (Rulli Nasrullah, 2017: 3-6) Media sosial merupakan media komunikasi yang cukup efektif untuk menyampaikan informasi dan pesan secara cepat, tepat dan mudah diakses dimana saja. Media sosial juga dapat digunakan untuk berdakwah, menyebarkan agama Islam kepada pengguna media sosial melalui konten-konten yang positif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu data yang diperoleh berdasarkan fenomena yang terjadi pada saat itu dan sifatnya alamiah, kemudian dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Subyek penelitian ini adalah admin instagram Akhwat Creative Project. Seting penelitian ini dilakukan di akun media sosial Instagram @akhwatcreativeproject milik Akhwat Creative Project (ACP). Subjek penelitian ini adalah admin instagram Akhwat Creative Project (ACP). Adapun informan dari penelitian ini adalah founder dan admin Akhwat Creative Project (ACP). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.



Observasi yaitu cara menghimpun keterangan data yang dilakukan dengan pengamatan, dilakukan untuk mencari informasi tentang observer yang sebenarnya. Wawancara ialah suatu proses tanya jawab atau *interview* secara langsung antara pewawancara dan terwawancara untuk memperoleh suatu informasi berdasarkan tujuan tertentu. Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data mengenai hal-hal yang dibutuhkan peneliti berupa foto dan segala jenis laporan. Untuk menghindari adanya data yang tidak valid, maka penulis mengadakan keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi data. Merupakan cara yang digunakan dalam menguji kebenaran data yang diperoleh saat proses penelitian di komunitas Akhwat Creative Project. Triangulasi data dilakukan untuk mencocokkan hasil wawancara dengan objek penelitian. Selain menguji kebenaran dalam wawancara, data berupa observasi dan dokumen juga diuji kebenarannya. Sedangkan proses analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Berdirinya Akhwat Creative Project (ACP)

Berawal dari keprihatinan pada era digital ini, yang mana media-media kafir terus berjuang siang dan malam tanpa mengenal waktu semangat untuk menghancurkan umat Islam melalui media sosial mereka. Untuk itu kita umat Islam harus sadar dan berpacu dengan waktu melawan mereka untuk membangkitkan Islam. Salah satunya dengan cara berdakwah melalui karya-karya terbaik kita di media sosial. Namun masih banyak umat Islam yang butuh untuk mengasah ilmunya dalam hal editing, Ayesha Diva bersama Shofiyah, Ainun, Nur Zahroh, Mia, dan Indah Pratiwi, yang mana mereka semua memiliki basic kemampuan desain grafis sepakat membentuk sebuah wadah komunitas untuk muslimah agar bisa belajar editing dan mengembangkan dakwah komunikasi visual yang bertujuan untuk berdakwah karena Allah subhanahu wa ta'ala.

ACP (Akhwat Creative Project) ini ditetapkan tepatnya pada hari Ahad, 26 Juli

2020 dengan semua admin dan membernya adalah akhwat atau perempuan yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia, mereka saling mengenal dan belajar melalui virtual. ACP (Akhwat Creative Project) adalah sebuah wadah muslimah yang lebih aktif belajar ilmu seputar editing dalam dunia dakwah secara visual dan juga bergerak dalam bidang kontribusi kemanusiaan yang berkerjasama dengan lembaga kemanusiaan yang bernama Little Project. Harapan dari dibentuknya komunitas akhwat editing ini ialah untuk siapapun yang bergabung dalam ACP (Akhwat Creative Project) agar bisa mengambil ilmu-ilmu yang telah diberikan lalu diaplikasikan dalam bentuk dakwah berupa gambar atau video dan disebarkannya melalui media sosial maupun cetak. Saat ini komunitas yang aktif di media sosial instagram 60 @akhwatcreativeproject ini belum mempunyai kantor, dan tercatat memiliki tidak kurang dari 2000 followers dan 200 member aktif didalam grup whatsapp.

B. Visi Misi

Visi Akhwat Creative Project (ACP) adalah menjadi muslimah yang taat kepada Allah dan Rasul-Nya serta berkontribusi kepada umat muslim dalam bidang dakwah melalui sosial media. Selain itu, misi Akhwat Creative Project (ACP) ialah mendekatkan generasi muslim khususnya pemuda untuk kembali dan terus berjuang di jalan Allah subhanahu wa ta'ala.

C. Struktur Komunitas Akhwat Creative Project (ACP)

Sebagaimana komunitas-komunitas lainnya, ACP (Akhwat Creative Project) memiliki struktur kepengurusan yang terdiri dari:

Ketua	Ayesha Diva
Wakil Ketua	Indah Pratiwi
Sekretaris	Annisa Putri H.
Bendahara	Tanmia Nisa M.
Divisi Media	Viani Kurniawati Bunga Lutfiah Sulastri Fayda Nisa

Divisi Keanggotaan	Desy Ismayati Putri Sholihah A.
---------------------------	------------------------------------

D. Kegiatan Akhwat Creative Project (ACP)

Sebagai bentuk nyata kontribusi Akhwat Creative Project (ACP) mempunyai beragam kegiatan yang diimplementasikan ke dalam 2 divisi, yakni:

1. Media

Divisi media pada komunitas Akhwat Creative Project (ACP) bertugas melakukan dan mengembangkan dakwah visual dalam bidang media massa, khususnya di media siber, yaitu Instagram dan Facebook. Selain itu mereka juga memiliki tugas untuk membuat konten ACP (Akhwat Creative Project), mengkoreksi hasil-hasil karya member, membuat *Story Of The Day* atau biasa disingkat (SOTD) yaitu memberikan poster atau video setiap hari satu kali berisi dakwah yang telah dibuat/diedit oleh admin atau member ACP (Akhwat Creative Project). Dan mereka juga bertugas sebagai *supporter*, maksudnya adalah memberi *support* semangat kepada member dan merespon semua *chatting* member.

2. Keanggotaan

Pada komunitas Akhwat Creative Project (ACP) divisi keanggotaan bertugas memelihara member, merekap laporan tugas bulanan member, mengoreksi hasil-hasil karya member, memberikan *support* semangat kepada member, bertanggung jawab terhadap diskusi dan materi yang diberikan.

E. Tujuan Strategi Pengembangan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah oleh Akhwat Creative Project (ACP)

Pada penelitian ini menggunakan teori manajemen strategi dari Fred R. David yang menyebutkan bahwa strategi memiliki tiga tahapan yang harus dilalui, yaitu perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Untuk mencapai tujuan pengembangan dakwah komunikasi visual sebagai media dakwah yang diinginkan maka Akhwat Creative Project (ACP) memiliki tahap-tahap strategi sebagai berikut:

1. Perumusan Strategi

Melihat keprihatinan pada era digital ini, yang mana media-media kafir terus berjuang

siang dan malam tanpa mengenal waktu semangat untuk menghancurkan umat Islam melalui media sosial. Maka kita sebagai umat Islam haru melawannya, saah satu caranya dengan dakwah visual. Dari sini para *founder* ACP berinisiatif membentuk komunitas akhwat belajar editing untuk bisa berdakwah visual karena Allah *subhanahu wa ta'ala*. Ditetapkannya komunitas yang bernama Akhwat Creative Project (ACP) ini pada tanggal Ahad, 26 Juli 2020.

Selanjutnya ACP merumuskan visi dan misi komunitas ini supaya semakin terarah untuk kedepannya. Visi ACP yang utama adalah menjadi muslimah yang taat kepada Allah dan Rasul-Nya serta berkontribusi kepada umat Muslim dalam bidang dakwah melalui sosial media. Dan untuk mencapai tujuan tersebut maka misi ACP adalah mendekati generasi muslim khususnya pemuda untuk kembali dan terus berjuang dijalan Allah *subhanahu wa ta'ala*.

Kekuatan internal pada ACP ialah memiliki prinsip yang kuat yaitu dengan berorientasi mengharap ridho Allah SWT agar bisa terus istiqomah. Kelemahan internal ACP ialah adanya para admin dan anggota yang pasif dikarenakan mempunyai kesibukan masing-masing sehingga belum bisa memprioritaskan kegiatan dan program kerja ACP dan masih minimnya manajemen pada komunitas, admin dan member. Sasaran dakwah ACP ialah untuk umum semua golongan dan usia. ACP ingin dakwah visual ini mencapai semua lapisan masyarakat, terutama kepada orang-orang yang masih awam akan ilmu agama Islam dan membutuhkan pemahaman yang mudah dicerna dan diingat.

2. Implementasi Strategi

Strategi ACP ialah mengembangkan desain komunikasi visual sebagai media dakwah dengan mengimplementasikan strategi tersebut menjadi 2 divisi kerja, yaitu: Divisi Media dan Divisi Keanggotaan.

3. Evaluasi Strategi

Melihat dari kelemahan yang dimiliki ACP adalah kurangnya manajemen pada komunitas, admin dan member. Untuk mengevaluasi strategi ACP, maka para admin



mengadakan rapat sesuai jadwal untuk membahas strategi yang sudah dan belum jalan agar tujuan yang diinginkan tercapai. Dan sesekali ACP mengadakan *sharing* online dengan para member untuk membahas permasalahan/kekurangan yang ada.

F. Strategi Pengembangan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah oleh Akhwat Creative Project (ACP)

Strategi Pengembangan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah oleh Akhwat Creative Project (ACP), ACP memiliki strategi dari dua sisi yaitu internal dan eksternal.

1. Internal

Strategi internal yang dilakukan Akhwat Creative Project (ACP) ialah fokus kepada member Akhwat Creative Project (ACP). Cara yang dilakukan Akhwat Creative Project (ACP) untuk mendukung kemampuan para member ialah dengan memberikan materi editing tren terbaru melalui grup whatsapp dan telegram yang disediakan oleh admin Akhwat Creative Project (ACP). Materi-materi desain yang diberikan ialah materi terkait cara membuat poster, ilustrasi ikon-ikon, konten dakwah, video dakwah, tips dan trik mendesain dengan menggunakan beberapa macam aplikasi editing seperti pixellab, picsart, ibis paint dan medibag.

2. Eksternal

Strategi dari sisi eksternal ACP mengembangkan lewat media sosial instagram pada akun @akhwatcreativeproject dengan membranding komunitas Akhwat Creative Project (ACP) agar lebih terkenal. Para admin membranding komunitas Akhwat Creative Project (ACP) dengan membuat poster-poster dakwah yang menarik dan mencatumkan *watermark* Akhwat Creative Project (ACP) supaya orang-orang mengetahui dan mengenal bahwa poster tersebut buatan ACP.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan, sebagai jawaban dari permasalahan pokok yang dikaji dalam penelitian Strategi Pengembangan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah Studi Komunitas

Akhwat Creative Project (ACP) ini, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Tujuan pengembangan desain komunikasi visual sebagai media oleh Akhwat Creative Project (ACP) adalah untuk berdakwah karena Allah dan membantu membangkitkan Islam melalui dakwah visual dengan karya terbaik melawan media-media yang menghancurkan umat Islam tanpa mengenal waktu. Untuk mencapai tujuan pengembangan dakwah komunikasi visual sebagai media dakwah yang diinginkan maka Akhwat Creative Project (ACP) memiliki tahap-tahap strategi yaitu, perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.
2. Strategi Pengembangan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah oleh Akhwat Creative Project (ACP), ACP memiliki strategi dari dua sisi yaitu internal dan eksternal. Dari sisi internal dengan fokus kepada para member dan sisi eksternal dengan membranding komunitas Akhwat Creative Project (ACP) di media sosial.

Saran

1. Kepada admin Akhwat Creative Project (ACP):
 - a. Agar lebih banyak menjangkau anak muda maka diperlukan cara intensif dalam penggunaan media sosial seperti facebook, twitter, instagram, youtube. Untuk desain komunikasi visualnya lebih dikembangkan lagi.
 - b. Akhwat Creative Project harus tetap mempertahankan eksistensinya. Karena ACP lebih membutuhkan banyak lagi sumber daya manusia maka perlu mempertegas peraturan bagi para anggota agar bertanggung jawab dalam berkontribusi dakwah visual.
 - c. Diharapkan ACP lebih mempunyai manajemen komunitas, admin, dan member yang lebih baik lagi sehingga kegiatan-kegiatan bisa terkontrol dan berjalan sebagaimana mestinya.
2. Kepada masyarakat yang ikut andil dalam dunia dakwah agar mendukung dakwah visual yang kreatif ini, dengan mengikuti perkembangannya dan menerapkan di

instansinya masing-masing. Begitu pula para da'i bisa turut mendukung dengan menggunakan desain komunikasi visual sebagai media pendukung ketika menyampaikan materi.

3. Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan lebih mengkaji banyak sumber atau referensi terkait pengembangan desain komunikasi visual sebagai media dakwah, agar hasil penelitiannya dapat lebih lengkap lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sesra Budio. (2019). "*Strategi Manajemen Sekolah*" Jurnal Menata Vol.2 No.2 Sekolah Tinggi Agama Islam YAPTIP Pasaman Barat
- [2] Fred R. David. (2009). *Strategic Managements Concepts and Cases Twelfth Edition*. New Jersey: Pearson Education Inc
- [3] Supriono. (1998). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- [4] Lia Anggaraini S. dan Kirana Nathalia. (2013). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-dasar Panduan untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia
- [5] Rakhmat Supriyono. (2010). *Desain Komunikasi Visual—Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- [6] Moh. Ali Aziz. (2015). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group
- [7] Rulli Nasrullah. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN