

ABSTRAKSI

Desain kaos menjadi salah satu media penyampaian pesan dakwah dalam era *new media* saat ini. Kaos yang merupakan salah satu produk desain grafis, dapat digunakan sebagai media representasi diri atau kelompok, media penyampaian pesan, media pembangun citra, ataupun media promosi. Kaos #Mncrgknskl yang menjadi objek penelitian menyampaikan pesan dakwah dengan gaya yang berbeda dari tren kaos dakwah yang lainnya di Indonesia. Pesan dakwah yang disampaikan lewat desain kaos dikemas dengan gaya bahasa skeptis dan mengandung kata-kata sindiran yang tertuju untuk diri sendiri. Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode semiotik Roland Barthes yang tertuju pada mitos yang ditemukan pada level sekunder atau tatanan kedua penandaan. Namun, dalam penelitian ini, analisis yang dilakukan terhadap objek penelitian hanya sampai pada tahap konotasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kaos #mncrgknskl menyampaikan pesan-pesan dakwah yang berfokus pada proses pengenalan diri atau introspeksi diri, sehingga sasaran dakwah dapat menjadi pribadi/individu yang baik (*khairu al-fardiyah*). Teks verbal yang digunakan dalam lima desain kaos berisi sindiran kepada diri sendiri dan dikemas dengan perkataan-perkataan yang *nyeleneh*, sedangkan dua desain kaos lainnya berisi nasehat tentang sifat-sifat yang seharusnya dimiliki oleh tiap muslim. Penggunaan *hashtag* #mncrgknskl yang menjadi nama *brand* sekaligus pesan yang hampir selalu ada pada tiap desain kaos, merupakan inti pesan yang ingin disampaikan, yaitu tentang pentingnya melakukan introspeksi diri bagi seorang muslim. Desain kaos #mncrgknskl tidak menggunakan banyak gambar dalam menyampaikan pesan, namun simbol-simbol lain yang digunakan dalam kaos, seperti: warna, tulisan, penempatan, dan ukuran, sudah cukup bersinergi untuk menghasilkan pesan dakwah yang dapat tersampaikan dengan baik.

Kata kunci: Pesan Dakwah, Kaos, #Mncrgknskl

ABSTRACT

Shirt design became one of the medium of delivery of dakwah message in the new media era today. Shirt, which is one of graphic design product, can be used as self or group representation media, message delivery media, image building media, or promotion media. The #Mncrgknskl shirt that is the object of the research conveys the message of dakwah with a different style than the other da'wah trend in Indonesia. Messages delivered through the design of shirts packed with skeptical style and contain words of sarcasm directed to yourself. The research method used is using qualitative approach with semiotik Roland Barthes method which is focused on the myths found in secondary level or second order marking. However, in this study, the analysis carried out on the object of research is only up to the connotation stage. The result of the research shows that shirt #mncrgknskl conveys da'wah messages focusing on self-introduction or self-introspection, so the target of dakwah can be a good person (khairu al-fardiyah). The verbal texts used in the five shirt designs contain satire to themselves and are packed with unbelievable sayings, while the other two shirt designs contain advice about the qualities that every Muslim should have. The use of the #mncrgknskl hashtag which is the name of the brand as well as the message that almost always exists in each t-shirt design, is the heart of the message to be conveyed about the importance of self-introspection for a Muslim. The shirt design #mncrgknskl does not use many images to convey the message, but other symbols used in shirts, such as color, writing, placement, and size, are synergistic enough to produce a well-conveyed message of dakwah.

Keywords: Dakwah Message, Shirt, #Mncrgknskl