



At Tabsyir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kudus

ISSN : 2338-8544

E-ISSN : 2477-2046

DOI : <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v13i1.38864>

Vol. 13 No. 1 Tahun 2026 | Hal. 139-160

<http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi>

Representasi Dakwah Melalui Artefak Visual pada Museum Jenang dan *Gusjigang* Kudus: Analisis Semiotika Roland Barthes

Azmi Rafif Hibatullah¹, Andreas Slamet Widodo², Setyo Budi³

Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia

¹azmirafifhibatullah@student.uns.ac.id, ²andre.dkvsrd@staff.uns.ac.id,

³setyobudi67@gmail.com

Abstract

REPRESENTATION OF DA'WAH THROUGH VISUAL ARTIFACTS AT THE JENANG AND GUSJIGANG KUDUS MUSEUMS: A SEMIOTIC ANALYSIS OF ROLAND BARTHES. The phenomenon of religious educational tourism is increasingly used by business actors to convey Islamic values to the wider community while also strengthening brand identity. The Jenang and *Gusjigang* Museum in Kudus is one such example: an exhibition space built by the jenang producer Mubarak that houses Islamic-themed artifacts, and visualizations of the *Gusjigang* philosophy, a da'wah heritage of Sunan Kudus. This study aims to analyze how Islamic da'wah values are communicated visually through the space, artifacts, and narratives within the museum. The study uses a qualitative case-study approach; primary data from observation and interviews were analyzed using the framework of the elements of the visual semiotic analysis of Roland Barthes. The findings show that the museum functions as a *wasilah* of dakwah bil hal that implicitly communicates the values of tawhid, morality, and an Islamic work ethic through spatial experience rather than verbal preaching, so that the da'wah message is received more reflectively by visitors from diverse backgrounds.

Keywords: dakwah; visual communication; museum; Gusjigang; semiotics

Abstrak

Fenomena wisata religi semakin banyak dimanfaatkan untuk menyampaikan nilai-nilai keislaman kepada masyarakat luas. Museum Jenang dan *Gusjigang* di Kudus merupakan museum yang memiliki ruang bertemakan Islam yaitu ruang *Gusjigang*. Selain sebagai media diferensiasi merek Jenang Mubarak, Museum Jenang dan *Gusjigang* juga memiliki fungsi edukasi terutama dalam menyampaikan dakwah Islam dengan kearifan lokal. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana nilai-nilai dakwah Islam dikomunikasikan secara visual melalui ruang, artefak, dan narasi di dalam museum. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus, data primer berupa observasi dan wawancara, dianalisis menggunakan analisis visual semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa museum berfungsi sebagai wasilah dakwah bil hal yang mengomunikasikan nilai tauhid, akhlak, dan etos kerja Islami secara implisit melalui pengalaman ruang, bukan melalui ceramah verbal, sehingga pesan dakwah diterima secara lebih reflektif oleh pengunjung lintas latar belakang.

Kata Kunci: dakwah, komunikasi visual, museum, Gusjigang, semiotika

A. Pendahuluan

Berkembangnya media komunikasi pada era digital telah memperluas cara penyampaian dakwah Islam. Dakwah tidak lagi dipahami hanya sebagai aktivitas penyampaian ajaran agama melalui ceramah, khutbah, atau media penyiaran, tetapi berkembang melalui berbagai medium budaya yang memungkinkan masyarakat memperoleh pemahaman keagamaan melalui pengalaman visual, simbolik, dan sosial (Zikrillah & Nurhidayah, 2021). Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi dakwah bersifat dinamis dan mampu beradaptasi dengan perubahan media serta karakteristik masyarakat (Wibowo, 2020). Dalam perspektif komunikasi, pesan dakwah tidak hanya disampaikan melalui bahasa verbal, tetapi juga melalui simbol, artefak, ruang, dan berbagai representasi visual yang mengandung makna Islam (Fadillah et al., 2026).

Salah satu medium yang memiliki potensi sebagai media komunikasi dakwah adalah museum. Selama ini museum lebih banyak dipahami sebagai institusi pelestarian benda cagar budaya dan sejarah (Wicaksono, 2024). Namun perkembangan kajian museologi menunjukkan bahwa museum telah mengalami transformasi menjadi ruang komunikasi yang memproduksi pengetahuan melalui proses interpretasi koleksi, kurasi, dan pengalaman pengunjung. Koleksi museum tidak lagi dipandang sebagai objek yang memiliki makna secara langsung, tetapi sebagai tanda yang memperoleh makna melalui sistem representasi yang dibangun oleh institusi museum (Herayah & Kusumaningrum, 2019). Dengan demikian, museum berfungsi sebagai media komunikasi visual yang menyampaikan gagasan, identitas, serta nilai-nilai budaya kepada masyarakat.

Dalam konteks masyarakat Islam, museum memiliki fungsi yang lebih luas karena mampu merepresentasikan sejarah penyebaran Islam, perkembangan peradaban, hingga nilai-nilai religius yang hidup dalam budaya lokal. Melalui penyajian artefak, diorama, ilustrasi, dan tata ruang pameran, museum dapat menjadi media dakwah kultural yang menyampaikan ajaran Islam melalui pendekatan budaya (Priyanto, 2018). Dakwah kultural menempatkan kebudayaan sebagai sarana komunikasi sehingga pesan-pesan Islam disampaikan secara persuasif tanpa menghilangkan karakteristik lokal masyarakat (Farid, 2022). Pendekatan ini telah lama menjadi bagian dari proses Islamisasi di Nusantara, termasuk di Kudus yang dikenal sebagai salah satu pusat perkembangan Islam di Jawa.

Kudus memiliki sejarah penyebaran Islam yang erat kaitannya dengan Sunan Kudus sebagai anggota Walisongo. Salah satu warisan penting Sunan Kudus adalah filosofi *Gusjigang*, yaitu *bagus* (berakhlak baik), *ngaji* (menuntut ilmu agama), dan *dagang* (berwirausaha) (Sumintarsih et al., 2016). Filosofi tersebut tidak hanya menjadi identitas budaya masyarakat Kudus, tetapi juga merepresentasikan strategi dakwah yang mengintegrasikan ajaran Islam dengan kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Nilai-nilai tersebut hingga kini masih dipelihara melalui berbagai media budaya, salah satunya Museum Jenang dan *Gusjigang* Kudus (Syarifa et al., 2026). Museum Jenang dan *Gusjigang* merupakan museum yang didirikan oleh Mubarakfood Cipta Delicia pada tahun 2017 (Asti, 2022). Berbeda dengan museum perusahaan pada umumnya yang berfokus pada sejarah merek dan produk, museum ini mengembangkan narasi yang lebih luas dengan menghadirkan sejarah Kota Kudus, perkembangan Islam, filosofi *Gusjigang*, budaya lokal, hingga perjalanan industri jenang. Di dalam museum terdapat berbagai artefak seperti Mushaf Akbar, replika Ka'bah, diorama Ayat Kursi, Menara Kudus, Trilogi Ukhuwah, rumah adat Kudus, batik Kudus, dan artefak budaya lainnya yang disusun dalam ruang pameran yang saling berkaitan (Octaviani et al., 2018). Penyusunan tersebut menunjukkan bahwa museum tidak sekadar menyampaikan informasi sejarah, tetapi membangun sistem representasi visual yang menghubungkan Islam, budaya, dan identitas masyarakat Kudus (Nuraryo, 2020).

Berbagai penelitian mengenai museum umumnya menempatkan museum sebagai media edukasi, pelestarian budaya, destinasi wisata, maupun strategi branding perusahaan. Sementara itu, penelitian komunikasi dakwah lebih banyak berfokus pada media digital, televisi, film, radio, maupun media sosial sebagai sarana penyampaian pesan Islam (Kustiawan et al., 2025). Penelitian yang mengkaji museum sebagai media komunikasi dakwah melalui representasi visual masih relatif terbatas. Selain itu, sebagian besar penelitian museum cenderung mendeskripsikan fungsi koleksi tanpa mengkaji

bagaimana artefak bekerja sebagai sistem tanda yang membangun makna keagamaan bagi pengunjung. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ruang penelitian yang menghubungkan kajian komunikasi dakwah, semiotika, dan representasi visual museum (Rosalinda et al., 2019). Penelitian sebelumnya seperti kajian Najihah & Humam (2025), tentang analisis manuskrip Al-Qur'an kuno melalui aspek kodikologi Syarifa *et al* (2026), mengenai peran museum dalam melestarikan filosofi *Gusjigang*, cenderung menganalisis dari aspek sosiologis tanpa melihat aspek visual museum yang digunakan sebagai salah satu metode dakwah nilai islam. Dengan memposisikan analisis semiotika sebagai pemaknaan artefak bertemakan Islam di dalam Museum Jenang dan *Gusjigang*, penelitian ini menawarkan *novelty* analitis yang belum pernah dikembangkan sebelumnya dalam literatur dakwah melalui visualisasi artefak islam.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis representasi visual nilai-nilai dakwah Islam pada Museum Jenang dan *Gusjigang* Kudus melalui analisis semiotika Roland Barthes. Secara spesifik penelitian ini bertujuan untuk: (1) bagaimana makna denotatif, konotatif, dan mitos terbentuk melalui penyajian artefak Museum Jenang dan *Gusjigang*. (2) bagaimana Museum Jenang dan *Gusjigang* merepresentasikan nilai-nilai dakwah Islam melalui artefak visual dalam setiap ruang pamer.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengkaji representasi visual nilai-nilai dakwah Islam pada Museum Jenang dan *Gusjigang* Kudus. Pendekatan kualitatif digunakan karena memungkinkan peneliti memahami makna yang terkandung dalam berbagai representasi visual secara mendalam melalui interpretasi terhadap tanda, simbol, dan konteks sosial budaya yang melatarbelakanginya. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana museum membangun pesan-pesan dakwah melalui penyajian ruang pamer, artefak, dan narasi visual yang diterima oleh pengunjung.

Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu kepala Museum Jenang dan *Gusjigang* Kudus serta pengunjung museum. Kepala museum dipilih sebagai informan karena memiliki pemahaman langsung mengenai proses kurasi, penyusunan artefak, dan latar belakang penyajian artefak di ruang pamer. Pengunjung dipilih sebagai informan karena berperan sebagai pihak yang mengalami dan memaknai representasi visual yang disajikan museum, sehingga dapat memberikan gambaran mengenai penerimaan pesan dakwah melalui penyajian visual artefak di dalam museum. Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap ruang pamer Museum Jenang dan *Gusjigang*, wawancara mendalam dengan kepala museum dan pengunjung, serta

dokumentasi berupa foto artefak, tata ruang pameran, panel informasi, dan media visual lainnya. Observasi dilakukan secara berulang untuk memahami hubungan antarelemen visual yang membentuk narasi museum. Data sekunder diperoleh dari literatur mengenai komunikasi dakwah, semiotika Roland Barthes, komunikasi visual, serta dokumen pendukung seperti profil museum, katalog koleksi, dan publikasi ilmiah yang relevan.

Proses pengumpulan data diawali dengan pemetaan ruang pameran menggunakan kerangka *Visual Methodologies* Gillian Rose. Kerangka ini digunakan untuk mengidentifikasi objek visual yaitu artefak museum yang menjadi fokus penelitian melalui tiga ranah pengamatan, yaitu *site of production* (proses kurasi dan penyusunan narasi museum), *site of image itself* (artefak dan representasi visual), serta *site of audiencing* (pengalaman dan interpretasi pengunjung). Pada tahap ini, *Visual Methodologies* berfungsi sebagai panduan dalam menentukan unit analisis dan sumber data penelitian. Data dianalisis menggunakan semiotika Roland Barthes melalui tiga tahapan, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Pada tahap denotasi, penelitian mengidentifikasi makna sebenarnya dari setiap representasi visual Islam yang terdapat pada ruang pameran museum. Tahap konotasi digunakan untuk mengungkap makna simbolik yang berkaitan dengan nilai-nilai dakwah Islam, dan identitas masyarakat Kudus. Selanjutnya, analisis mitos diarahkan untuk menjelaskan bagaimana rangkaian tanda visual tersebut membentuk pemahaman mengenai hubungan antara Islam, budaya, dan sejarah yang direproduksi melalui ruang museum.

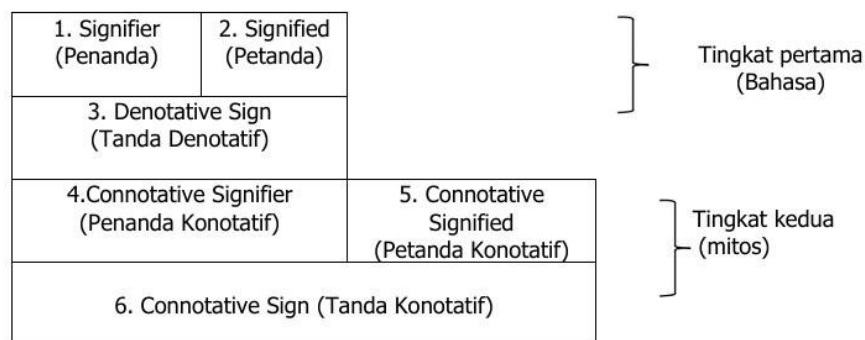
B. Pembahasan

1. Analisis Semiotika Artefak Islam pada Museum Jenang dan Gusjigang

Sebagai ruang komunikasi yang menyampaikan pesan melalui sistem representasi visual, museum mengomunikasikan nilai-nilai Islam melalui artefak, tata ruang, pencahayaan, warna, ilustrasi, dan narasi budaya yang membentuk pengalaman pengunjung. Oleh karena itu, makna yang diterima pengunjung tidak hanya berasal dari informasi tekstual, tetapi juga dari hubungan antar tanda yang tersusun dalam ruang pameran (Anggraeni *et al.*, 2023). Dalam konteks tersebut, pendekatan semiotika menjadi relevan karena memungkinkan peneliti menjelaskan bagaimana tanda-tanda visual diproduksi, dimaknai, dan membentuk pemahaman tertentu mengenai nilai-nilai Islam.

Roland Barthes memandang bahwa setiap tanda bekerja melalui dua tingkat signifikasi, yaitu denotasi dan konotasi, yang kemudian berkembang menjadi mitos

sebagai makna budaya yang diterima secara kolektif. Pada tingkat denotasi, tanda dipahami berdasarkan makna literal yang tampak secara langsung. Pada tingkat konotasi, tanda memperoleh makna tambahan yang dipengaruhi oleh nilai budaya, pengalaman sosial, dan konteks historis. Selanjutnya, hubungan berbagai konotasi menghasilkan mitos, yaitu konstruksi makna yang secara terus-menerus direproduksi hingga dipersepsikan sebagai sesuatu yang wajar dan alamiah dalam suatu masyarakat (Yunus, 2020).



Gambar 1. Signifikasi Tanda Roland Barthes. Sumber: Sobur, 2006

Dalam penelitian ini, konsep denotasi, konotasi, dan mitos digunakan untuk membaca representasi visual Islam yang terdapat pada Museum Jenang dan *Gusjigang*. Artefak museum tidak dipahami sebagai benda koleksi yang memiliki makna tetap, melainkan sebagai sistem tanda yang dibentuk melalui proses kurasi. Dengan demikian, fokus analisis tidak hanya terletak pada bentuk fisik artefak, tetapi pada bagaimana artefak tersebut merepresentasikan pesan-pesan dakwah Islam serta bagaimana makna tersebut dikonstruksi melalui hubungan antarelemen visual dalam ruang pameran.

Teori semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes menitikberatkan pada mekanisme kerja tanda dalam proses komunikasi. Barthes merumuskan sejumlah konsep utama, seperti denotasi, yaitu makna literal atau langsung dari suatu tanda, serta konotasi, yakni makna tambahan yang terbentuk melalui asosiasi budaya atau nilai-nilai sosial yang melekat. Lebih lanjut, Barthes memperkenalkan konsep mitos, yang dipahami sebagai bentuk representasi ideologis melalui tanda, di mana tanda-tanda digunakan untuk membenarkan, memperkuat, atau mereproduksi sistem nilai dan norma budaya yang berlaku dalam masyarakat (Putri *et al.*, 2023).

Mitos menurut Barthes adalah jenis wacana yang tidak bergantung pada bentuk medianya seperti gambar, teks, ritual, iklan. Mitos mengosongkan makna asli

dan menggantikannya dengan konsep baru yang ideologis, namun terkesan alami yang disebut dengan istilah “naturalisasi sejarah”. Mitos membuat sesuatu yang bersifat sejarah dan konstruksi sosial tampak alami, permanen, dan tidak dapat diganggu gugat (Barthes & Lavers, 1972). Mitos dalam sistem semiologi tidak hanya sebuah sistem signifikansi atau proses yang menghubungkan penanda/ denotasi (*signifier*) dan petanda/ konotasi (*signified*) untuk menciptakan tanda (*sign*) dan makna. Menurut Barthes, mitos adalah makna tambahan (konotasi) dari suatu tanda (Andriyani, 2021). Jika sebuah tanda sering digunakan dalam urutan yang sama dalam konteks kalimat atau narasi, maka metode tersebut akan terasa lebih masuk akal dibandingkan metode yang jarang dipakai hingga hal tersebut dianggap normal atau alami (Ubaidillah & Patriansah, 2024). Menurut Roland Barthes, mitos dalam semiotika adalah cara menyisipkan makna dan nilai-nilai sosial ke dalam sesuatu agar terlihat seolah-olah itu wajar atau alami (Permata Sari, 2023). Mitos umumnya muncul dalam bentuk cerita yang digunakan oleh masyarakat untuk menjelaskan atau memahami hal-hal yang dianggap sebagai kebenaran atau sifat alami dari

Penggunaan semiotika Barthes dalam penelitian ini memiliki relevansi dengan kajian komunikasi dakwah. Dakwah pada hakikatnya merupakan proses komunikasi yang bertujuan menyampaikan nilai-nilai Islam kepada masyarakat. Selama ini kajian komunikasi dakwah lebih banyak menempatkan media seperti ceramah, televisi, film, media sosial, atau konten digital sebagai objek penelitian (Kustiawan et al., 2025).

Relevansi teori Barthes semakin terlihat ketika dikaitkan dengan konsep dakwah kultural. Dakwah kultural menekankan bahwa nilai-nilai Islam dapat dikomunikasikan melalui kebudayaan yang hidup di tengah masyarakat, sehingga pesan agama diterima sebagai bagian dari pengalaman sosial dan budaya, bukan sebagai doktrin yang terpisah dari realitas kehidupan. Dalam konteks Museum Jenang dan *Gusjigang*, nilai-nilai Islam direpresentasikan melalui filosofi *Gusjigang*, sejarah Sunan Kudus, simbol-simbol keagamaan, serta berbagai artefak budaya lokal. Representasi tersebut menunjukkan bahwa budaya tidak ditempatkan sebagai unsur yang bertentangan dengan agama, tetapi sebagai medium yang mengartikulasikan ajaran Islam dalam konteks lokal.

Analisis semiotik dalam penelitian ini tidak berhenti pada identifikasi makna denotatif dan konotatif setiap artefak. Penelitian ini juga menelaah bagaimana rangkaian tanda visual membentuk mitos mengenai identitas masyarakat Kudus sebagai masyarakat Muslim yang menjunjung tinggi akhlak, tradisi keilmuan, toleransi, dan etos berdagang. Dengan demikian, museum dipahami bukan hanya

sebagai ruang penyimpanan sejarah, tetapi sebagai institusi yang secara aktif mereproduksi memori kolektif dan identitas budaya melalui komunikasi visual.

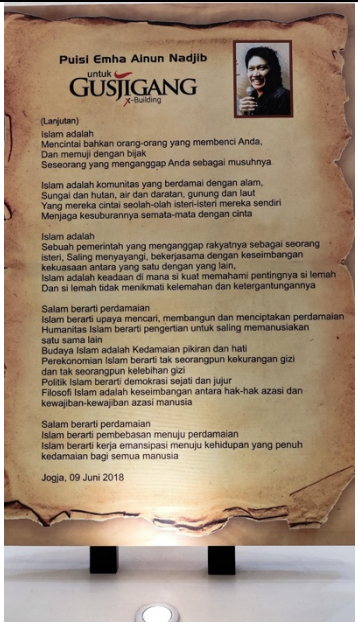
Temuan tersebut sekaligus memperluas penerapan semiotika Barthes dalam kajian komunikasi dakwah. Jika penelitian terdahulu umumnya menerapkan semiotika pada media massa, film, iklan, atau konten digital untuk mengungkap representasi nilai-nilai Islam, penelitian ini menunjukkan bahwa ruang museum juga dapat dipahami sebagai teks visual yang mengonstruksi makna dakwah melalui organisasi tanda dalam ruang. Unit analisis tidak lagi terbatas pada satu simbol atau artefak, melainkan pada hubungan antarsymbol yang membentuk narasi visual secara utuh. Dengan demikian, penelitian ini mengembangkan penerapan semiotika Barthes dari analisis teks visual tunggal menuju analisis sistem representasi visual dalam ruang pameran museum.

Museum Jenang dan *Gusjigang* memiliki ruang pameran tujuh ruang pameran dengan tema berbeda di setiap ruangnya. Sebagai salah satu kota yang dikenal dengan nilai Islam, budaya Kota Kudus yang ditampilkan juga masih berhubungan dengan nuansa Islam. Artefak yang ditampilkan seperti visualisasi filosofi *Gusjigang* yang merupakan sebuah kearifan lokal yang dibawa oleh Sunan Kudus (Rosyid, 2021). Hasil observasi menunjukkan bahwa artefak Islam yang ditampilkan yaitu visualisasi puisi bertema *Gusjigang*, biografi Sunan Kudus dan Sunan Muria, diorama Pohon Surah Al-Ikhlas, lukisan tiga tokoh ulama Kudus, foto setiap pemimpin NU dan pemimpin Muhammadiyah dari masa ke masa, diorama Trilogi Ukhuwah, koleksi Al-Qur'an, koleksi Kaligrafi, serta artefak bertema Islam lainnya.

Berikut adalah analisis semiotika artefak bertemakan Islam yang ada pada Museum Jenang dan *Gusjigang*:

No	Artefak	Makna Konotatif	Makna Denotatif	Mitos/Pesan
1.		Kaligrafi 3D Dekoratif Surah Al-Ikhlas Yang Membentuk Sebuah Pohon	Metafora kehidupan dan pertumbuhan iman. Surah Al-Ikhlas yang berisi penegasan mengenai keesaan Allah dan akidah tauhid.	Ketauhidan merupakan akar dari seluruh kehidupan masyarakat Muslim.
2.		Mushaf Al-Qur'an berukuran raksasa	Representasi Kitab Suci Al-Qur'an sebagai pedoman hidup.	Al-Qur'an merupakan pusat peradaban Islam yang membangun pemahaman mengenai kemajuan ilmu pengetahuan.

3.		Replika Ka'bah dengan visualisasi umat Muslim melakukan Manasik Haji.	Ka'bah menjadi simbol orientasi spiritual umat Islam sebagai pusat ibadah.	Replika Ka'bah membangun narasi mengenai persatuan umat Islam yang melampaui batas etnis, budaya, maupun kebangsaan.
4.		Diorama limas dengan ornamen geometris Islam mengenai Trilogi Ukhawah	Monumen visualisasi nilai luhur yang menjadi pedoman kehidupan bermasyarakat. Ketiga konsep ukhuwah mengandung pesan bahwa Islam tidak hanya mengajarkan persaudaraan	Identitas Islam Indonesia berakar pada nilai persatuan, toleransi, dan kemanusiaan.

5.		Panel yang memuat puisi bertema filosofi lokal Kudus yaitu <i>Gusjigang</i>	Representasi pandangan hidup yang mengintegrasikan nilai akhlak (bagus), keilmuan (ngaji), dan etos kerja (dagang) sebagai pedoman masyarakat Kudus.	Filosofi <i>Gusjigang</i> sebagai identitas masyarakat Kudus yang diwariskan lintas generasi sebagai hasil perpaduan ajaran Islam dan budaya lokal.
6.		Kaligrafi Ayat Kursi yang disusun dalam bentuk geometris.	Bentuk geometris merepresentasikan keteraturan, keseimbangan, dan kesempurnaan ciptaan Allah.	Seni Kaligrafi Islam bukan sekadar ekspresi estetika, melainkan media untuk menghadirkan pengalaman spiritual.

7.		Panel Nasihat Asmaul Husna	Pemahaman terhadap nama-nama Allah Swt. Sebagai pemahaman terhadap sifat-sifat-Nya yang menjadi pedoman dalam kehidupan	Pemahaman mengenai pembentukan karakter seorang Muslim berawal dari pengenalan terhadap sifat-sifat Allah Swt.
8.		Foto ketua umum NU & ketua umum Muhammadiyah dari masa ke masa.	Penyajian kedua organisasi secara berdampingan melambangkan keberlanjutan kepeimpinan, persatuan umat, dan peran NU serta Muhammadiyah sebagai organisasi keagamaan yang saling melengkapi dalam membangun bangsa.	Artefak membangun mitos bahwa NU dan Muhammadiyah merupakan pilar agama Islam di Indonesia yang secara turun-temurun menjaga persatuan umat, moderasi beragama, dan identitas kebangsaan.
9.		Ruang Kaligrafi Al-Quds.	Merepresentasikan keindahan seni Islam serta keterkaitan sejarah	Kudus memiliki masyarakat yang kreatif dan inovatif dalam mengembangkan seni kaligrafi.

Mekanisme pembentukan mitos pada artefak-arterfak tersebut dapat dijelaskan lebih jauh melalui *form* (bentuk) dan *concept* (konsep) yang diajukan Barthes. Menurut Barthes, mitos terbentuk ketika tanda pada tingkat denotasi berkembang menjadi penanda pada sistem semiologis tingkat kedua yang kemudian dipadukan dengan nilai-nilai budaya dan ideologi tertentu (Barthes & Lavers, 1972). Pada artefak bertema Islam di Museum Jenang dan *Gusjigang*, proses tersebut terlihat melalui

penggunaan simbol-simbol visual yang tidak hanya merepresentasikan ajaran Islam, tetapi juga menaturalisasi nilai-nilai tauhid, persatuan sejarah Islam di Kudus, dan identitas budaya Kudus sebagai sesuatu yang dianggap wajar dan diwariskan lintas generasi.

Diorama pohon Surah Al-Ikhlhas, desain visual ayat divisualisasikan sebagai pohon sehingga makna tauhid (konotasi) dipadukan dengan simbol kehidupan dan pertumbuhan. Penggabungan keduanya membentuk mitos bahwa keimanan kepada Allah merupakan akar yang menopang seluruh aspek kehidupan seorang Muslim. Kemudian artefak Mushaf Al-Qur'an Raksasa menambahkan makna Al-Qur'an dari kitab suci menjadi simbol kebesaran Islam. Konotasi tersebut kemudian disahkan sebagai mitos bahwa Al-Qur'an merupakan pusat lahirnya peradaban, ilmu pengetahuan, dan pedoman hidup bagi umat Islam. Artefak replika Ka'bah menghadirkan pengalaman visual ibadah haji yang menghubungkan pengunjung dengan kiblat spiritual Islam. Representasi tersebut membangun mitos bahwa meskipun seluruh umat Islam memiliki perbedaan bangsa dan budaya, namun tetap dipersatukan oleh keimanan yang sama.

Berikutnya adalah artefak diorama Trilogi Ukhuwah yang memvisualisasikan tiga konsep ukhuwah Islam menjadi pedoman kehidupan sosial yang ideal. Konotasi tersebut kemudian berkembang sebagai mitos bahwa identitas Islam Indonesia dibangun di atas nilai persatuan, toleransi, dan kemanusiaan. Panel puisi *Gusjigang* mewakili nilai bagus, ngaji, dan dagang sebagai satu kesatuan karakter masyarakat Kudus. Nilai tersebut membentuk mitos bahwa identitas masyarakat Kudus secara alami merupakan perpaduan harmonis antara ajaran Islam dan budaya lokal. Artefak Kaligrafi Ayat Kursi geometris menghubungkan keindahan visual dengan keteraturan ciptaan Allah. Hubungan tersebut menghasilkan mitos bahwa seni kaligrafi bukan sekadar dekorasi, tetapi sarana menghadirkan pengalaman spiritual dan kedekatan kepada Allah.

Artefak panel Asmaul Husna disertai pesan moral menghubungkan pengetahuan mengenai nama-nama Allah Swt. dengan perilaku sehari-hari. Hubungan ini membentuk mitos bahwa karakter ideal seorang Muslim lahir dari penghayatan terhadap sifat-sifat Allah. Foto Ketua Umum NU dan ketua umum Muhammadiyah dari masa ke masa yang disusun secara berdampingan menghubungkan sejarah organisasi dengan nilai persatuan umat. Makna tersebut dinaturalisasi menjadi mitos bahwa kedua organisasi merupakan pilar

Islam Indonesia yang secara berkelanjutan menjaga persatuan umat dan identitas kebangsaan.

Kesembilan artefak menunjukkan perbedaan modalitas tanda yang bekerja secara saling melengkapi. Kaligrafi dan panel Asmaul Husna mengandalkan tanda tekstual-tipografis yang pemaknaannya bergantung pada literasi dan pengetahuan pengunjung mengenai keagamaan, sedangkan replika Ka'bah dan diorama Trilogi Ukhuwah mengandalkan kemiripan visual-arsitektural yang dapat dipahami secara lebih langsung bahkan oleh pengunjung dengan latar belakang literasi agama yang berbeda-beda. Kombinasi kedua modalitas ini memperluas jangkauan pesan dakwah kepada segmen pengunjung yang beragam.

Secara keseluruhan, pola denotasi dan konotasi pada kesembilan artefak memperlihatkan kecenderungan yang konsisten, yaitu makna literal artefak (bentuk, ukuran, komposisi visual) dapat dihubungkan dengan gagasan keagamaan seperti akidah, ibadah, dan akhlak. Pada tingkat mitos, seluruh artefak secara individual mengarah pada satu simpulan yang sama, yaitu bahwa nilai-nilai Islam merupakan fondasi alami bagi kehidupan masyarakat Muslim Kudus.

2. Narasi Dakwah dalam Artefak dan Ruang Pamer Museum Jenang dan Gusjigang

Makna artefak tidak berdiri sendiri, melainkan terbentuk melalui hubungan visual antareleman yang membangun pengalaman pengunjung secara menyeluruh (Rose, 2002). Hasil bservasi menunjukkan bahwa museum Jenang dan *Gusjigang* memiliki tujuh ruang pamer dan nuansa islam mulai diperkenalkan pada ruang pamer ketiga yang disebut juga dengan ruang *Gusjigang*. Artefak-artefak bertema Islam dalam museum dimulai dari pengenalan konsep ketauhidan (diorama pohon Surah Al-Ikhlâs) dilanjutkan dengan panel koleksi puisi *Gusjigang* yang disusun secara repetitif menuju artefak trilogi ukhuwah pada ruang pamer ketiga. Dilanjutkan ke ruang pamer ketiga yang menampilkan replika Ka'bah sebagai pusat ibadah, koleksi berbagai macam Al-Qur'an seperti Mushaf Al-Qur'an raksasa, diorama kaligrafi geometris ayat kursi, serta panel Asmaul Husna. Artefak bertemakan Islam kemudian dilanjutkan pada ruang galeri kaligrafi Al-Quds.



Gambar 2. Ruang *Gusjigang*. Sumber: Azmi Rafif Hibatullah, 2025

Kesamaan bahasa visual seperti motif geometris Islam, kaligrafi Arab, komposisi warna putih dan emas, serta pencahayaan yang menonjolkan kesan sakral memperkuat kesinambungan antarartefak sehingga pengunjung cenderung memaknainya sebagai satu sistem representasi, bukan objek yang terpisah. Pergantian nuansa warna dari ruang pameran lainnya yang dominan coklat-bernuansa Hindu-Buddha menuju putih-krem-emas tidak sekadar berfungsi estetis, melainkan sebagai penanda visual transisi dari narasi budaya menuju ke narasi Islam.

Menurut hasil wawancara dengan kepala Museum, alur ruang serta artefak yang ditampilkan tidak secara khusus dirancang sebagai media dakwah yang seluruh artefaknya bertemakan Islam sejak awal. Museum berkembang bertahap sejak 2017 sebagai bagian dari bangunan Mubarak Sentral Bisnis dan Budaya (MSBB) dengan lantai pertama berfungsi sebagai etalase produk jenang, lantai kedua berfungsi sebagai ruang museum, dengan koleksi awal terbatas pada sejarah Jenang Mubarak dan miniatur Menara Kudus. Ruang *Gusjigang* ditambahkan melalui gagasan H. Muhammad Hilmy, S.E (pemilik generasi ketiga pemilik Jenang Mubarak) dengan berkolaborasi bersama dua seniman lokal. Penambahan ruang tersebut juga didasari keinginan untuk melestarikan nilai *Gusjigang* yang sudah mulai dilupakan terutama oleh generasi muda.

Keseluruhan artefak bertemakan Islam membentuk narasi bahwa identitas masyarakat Kudus tidak dapat dipisahkan dari sejarah penyebaran Islam oleh Sunan Kudus. Nilai-nilai Islam diposisikan sebagai akar budaya yang membentuk karakter masyarakat, sehingga dakwah dipahami sebagai proses pembentukan identitas masyarakat, bukan sekadar aktivitas keagamaan. Narasi dakwah diperkuat melalui desain ruang pameran yang mengadopsi unsur arsitektur Islam, penggunaan ornamen

geometris, kaligrafi, pencahayaan terang, serta komposisi warna dominan putih dan emas. Elemen-elemen tersebut menciptakan suasana tenang dan suci sehingga pengalaman pengunjung tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga emosional dan spiritual. Dengan demikian, ruang museum berfungsi sebagai media komunikasi visual yang menyampaikan pesan dakwah secara persuasif melalui pengalaman estetis.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pemaknaan terhadap artefak bertemakan Islam tidak bersifat seragam, melainkan dipengaruhi oleh latar belakang sosial, pendidikan, asal daerah, serta pengetahuan awal yang dimiliki pengunjung. Makna visual terbentuk melalui interaksi antara objek dengan pengalaman dan kerangka pengetahuan yang sudah terlebih dahulu dimiliki. Salah satu pengunjung dengan latar belakang pendidikan Islam yang kuat menyatakan bahwa ruang yang paling berkesan adalah ruang kaligrafi serta panel foto Ketua Umum Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah dari masa ke masa. Menurut informan, penyajian artefak tersebut telah "mengeluarkan cerita" pada setiap bagian dan disusun secara rapi sehingga mudah dipahami. Persepsi ini menunjukkan bahwa pengetahuan keagamaan yang telah dimiliki sebelumnya membuat informan mampu menangkap narasi sejarah Islam dan simbol-simbol keagamaan yang terkandung dalam artefak secara lebih mendalam. Dengan demikian, pengalaman kunjungan lebih banyak bersifat konfirmatif, yaitu memperkuat pengetahuan yang telah dimiliki dibandingkan menghasilkan pengetahuan baru.

Berbeda dengan pengunjung sebelumnya, pengunjung yang bersifat sebagai masyarakat umum lebih menekankan aspek pengalaman visual dan atmosfer ruang. Informan menyampaikan bahwa ruang *Gusjigang*, yang diawali dengan artefak Diorama Pohon Surah Al-Ikhlas, memberikan nuansa yang berbeda dan terasa kontras dibandingkan ruang-ruang sebelumnya. Persepsi tersebut menunjukkan bahwa elemen visual, pencahayaan, komposisi ruang, dan bentuk instalasi menjadi faktor utama yang menarik perhatian pengunjung sebelum mereka memahami makna simboliknya. Dalam konteks komunikasi visual, artefak terlebih dahulu berhasil membangun ketertarikan emosional melalui pengalaman ruang, kemudian mendorong rasa ingin tahu terhadap pesan yang disampaikan. Sementara itu, pengunjung yang berasal dari luar Kudus mengaku paling terkesan dengan Mushaf Al-Qur'an berukuran raksasa karena penyajiannya yang terkesan megah dan monumental. Selain itu, informan juga memperoleh informasi baru mengenai filosofi lokal *Gusjigang* yang sebelumnya belum pernah diketahui. Temuan ini menunjukkan bahwa bagi pengunjung dari luar Kudus, museum tidak hanya berfungsi sebagai ruang apresiasi visual, tetapi juga sebagai media edukasi budaya yang memperkenalkan

identitas lokal Kudus melalui pendekatan keislaman. Dengan kata lain, artefak berhasil memperluas wawasan pengunjung mengenai hubungan antara ajaran Islam dengan budaya masyarakat Kudus.

Perbedaan persepsi tersebut menunjukkan bahwa pengalaman pengunjung dipengaruhi oleh pengetahuan pengunjung yang dimiliki sebelum memasuki museum. Pengunjung yang telah memiliki pengetahuan keagamaan cenderung lebih mudah menginterpretasikan simbol dan narasi Islam, sedangkan pengunjung dengan pengetahuan yang lebih terbatas atau berasal dari luar daerah lebih banyak memperoleh pengalaman belajar dan pengetahuan baru selama proses kunjungan.

Temuan ini diperkuat oleh keterangan Kepala Museum yang menjelaskan bahwa museum menyediakan layanan *tour guide* bagi rombongan yang telah melakukan reservasi sebelumnya. Pemandu museum berperan menjelaskan sejarah, filosofi, dan makna setiap artefak secara lebih rinci. Kehadiran *tour guide* berfungsi sebagai mediator interpretasi yang membantu menjembatani kesenjangan pengetahuan pengunjung sehingga pesan yang ingin disampaikan museum dapat dipahami secara lebih utuh. Sebaliknya, pengunjung yang datang secara mandiri tanpa pendampingan cenderung mengandalkan pengalaman visual dan pengetahuan awal masing-masing dalam membangun makna terhadap artefak. Dengan demikian, narasi dakwah tidak bersifat tetap, melainkan merupakan hasil penggabungan antara representasi visual yang dibangun museum dengan pengalaman, pengetahuan, dan konteks sosial yang dimiliki setiap pengunjung.

3. Museum Jenang dan Gusjigang sebagai Media Dakwah Kultural

Berdasarkan hasil analisis semiotika dan analisis persepsi pengunjung, Museum Jenang dan *Gusjigang* tidak hanya berfungsi sebagai ruang pameran sejarah dan budaya, tetapi juga sebagai media dakwah kultural. Dakwah yang dilakukan museum tidak disampaikan melalui ceramah atau penyampaian pesan secara langsung, melainkan melalui representasi visual, narasi sejarah, simbol budaya, serta pengalaman ruang yang mengajak pengunjung memahami nilai-nilai Islam secara bertahap. Dengan demikian, proses dakwah berlangsung melalui pendekatan budaya, di mana nilai-nilai keislaman dihadirkan dalam bentuk artefak yang dekat dengan identitas masyarakat Kudus.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa museum memanfaatkan dua bentuk representasi dakwah. Pertama, dakwah melalui simbol-simbol Islam yang bersifat universal, seperti Mushaf Al-Qur'an raksasa, replika Ka'bah, koleksi kaligrafi, diorama

Ayat Kursi, panel Asmaul Husna, serta diorama Trilogi Ukhuwah. Artefak-arte-fak tersebut merepresentasikan ajaran pokok Islam mengenai tauhid, persaudaraan, akhlak, dan spiritualitas yang relatif mudah dipahami oleh pengunjung dari berbagai latar belakang. Kedua, museum menghadirkan dakwah melalui simbol budaya lokal, seperti filosofi *Gusjigang*, sejarah penyebaran Islam di Kudus, serta dokumentasi foto para pemimpin Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah dalam perkembangan Islam di Indonesia. Pendekatan ini menunjukkan bahwa dakwah Islam tidak diposisikan sebagai sesuatu yang terpisah dari budaya, tetapi justru dihadirkan melalui identitas lokal masyarakat Kudus.

Hasil wawancara memperlihatkan bahwa pengunjung dengan latar belakang pendidikan Islam lebih mudah menginterpretasikan simbol-simbol keagamaan karena telah memiliki pengetahuan sebelumnya. Sebaliknya, pengunjung dari masyarakat umum maupun luar daerah lebih banyak memperoleh pengalaman belajar melalui visualisasi artefak dan informasi yang disampaikan museum. Temuan ini menunjukkan bahwa artefak visual mampu menjalankan fungsi dakwah pada tingkat yang berbeda-beda sesuai dengan pengalaman dan pengetahuan masing-masing pengunjung. Dengan kata lain, museum tidak memaksakan satu cara pemahaman, tetapi menyediakan ruang bagi setiap pengunjung untuk mengonstruksi makna berdasarkan konteks sosialnya.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa Museum Jenang dan *Gusjigang* menerapkan model dakwah yang bersifat informatif, edukatif, dan kultural. Informatif karena pesan keislaman disampaikan melalui informasi dan pengalaman visual. Edukatif karena museum menghadirkan informasi sejarah, nilai-nilai Islam, serta kearifan lokal sebagai sumber pembelajaran. Kultural karena dakwah dilakukan melalui media budaya yang telah hidup dalam masyarakat Kudus, seperti filosofi *Gusjigang*, tradisi Islam lokal, dan sejarah perkembangan organisasi Islam. Pendekatan ini sejalan dengan konsep dakwah kultural yang menempatkan budaya sebagai media untuk mentransformasikan nilai-nilai Islam dengan budaya setempat sehingga lebih mudah diterima oleh masyarakat yang memiliki latar belakang sosial dan budaya yang beragam.

C. Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penyajian artefak di Museum Jenang dan *Gusjigang* membentuk makna secara bertingkat melalui sistem semiotika Roland Barthes. Pada tingkat denotatif, artefak menampilkan simbol-simbol Islam, sejarah, dan budaya

lokal Kudus. Pada tingkat konotatif, artefak merepresentasikan nilai-nilai tauhid, akhlak, ukhuwah, kepemimpinan, dan filosofi *Gusjigang*. Selanjutnya, pada tingkat mitos, makna tersebut dinaturalisasi menjadi ideologi bahwa Islam merupakan bagian yang menyatu dengan identitas masyarakat Kudus melalui budaya, pendidikan, perdagangan, dan kehidupan sosial.

Yang kedua yaitu, Museum Jenang dan *Gusjigang* merepresentasikan nilai-nilai dakwah Islam melalui artefak visual yang mengintegrasikan ajaran Islam dengan sejarah dan budaya lokal. Representasi dakwah diwujudkan melalui simbol-simbol keagamaan, narasi kuratorial, dan pengalaman ruang yang membangun pemahaman pengunjung terhadap nilai tauhid, ukhuwah, akhlak, serta moderasi beragama. Persepsi pengunjung dipengaruhi oleh latar belakang pengetahuan dan pengalaman masing-masing, sementara keberadaan *tour guide* memperkuat proses interpretasi terhadap artefak. Dengan demikian, Museum Jenang dan *Gusjigang* tidak hanya berfungsi sebagai ruang pelestarian budaya, tetapi juga sebagai media dakwah kultural yang menyampaikan nilai-nilai Islam secara persuasif, edukatif, dan kontekstual melalui komunikasi visual.

Namun penelitian ini juga memiliki keterbatasan. Pertama, objek penelitian dibatasi pada satu museum sehingga temuan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasikan pada museum lain. Kedua, wawancara dengan kepala museum menunjukkan bahwa penyusunan ruang pameran berkembang secara bertahap dan dipengaruhi pertimbangan penambahan koleksi artefak serta ketersediaan ruang, bukan dirancang sebagai narasi dakwah yang sistematis sejak awal. Ketiga, wawancara terhadap pengunjung tidak dirancang secara khusus untuk menggali pemaknaan simbol keislaman, sehingga interpretasi dimensi dakwah lebih banyak berasal dari analisis peneliti dibandingkan pemaknaan mendalam oleh pengunjung.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah agar penelitian tidak hanya berfokus pada analisis representasi visual, tetapi juga mengkaji bagaimana pengunjung menerima pesan dakwah yang disampaikan melalui ruang museum melalui metode campuran (*mixed methods*) yang dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi dakwah terhadap perubahan pengetahuan, sikap, maupun perilaku pengunjung. komprehensif dan sesuai dengan karakteristik masyarakat Indonesia.

Daftar Pustaka

- Andriyani, N. (2021). *Pantang Larang Dalam Masyarakat Banjar Desa Pengalihan Kecamatan Enok Kabupaten Indragiri Hilir: Kajian Semiotika Roland Barthes*. Universitas Islam Riau Pekanbaru.

- Anggraeni, I. T., Pandanwangi, B., & Setiaji, D. (2023). Video Gagasan Konstruktif “Gameland” sebagai Representasi Masa Depan Kebudayaan Gamelan di Indonesia. *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication*, 4(1), 109–128. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v4i1.5097>
- Asti, B. M. (2022). *Menyelisik Sejarah Jenang Kudus di Museum Jenang*. Telusuri.Id.
- Barthes, R., & Lavers, A. (1972). *MYTHOLOGIES* (A. LAVERS (ed.)).
- Fadillah, D. N., J. M. M., & Nasution, N. A. (2026). The Representation of Islamic Values in the Cultural Collections of Lampung Museum as a Medium of Cultural Da’wah. *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam*, 16(1).
- Farid, M. (2022). Implementasi Teori Bourdieu Dalam Upaya Menjaga Warisan Budaya Sunan Muria Pada Masyarakat Piji Wetan Desa Lau Kabupaten Kudus. *Jurnal Penelitian*, 15(2), 278. <https://doi.org/10.21043/jp.v15i2.11305>
- Hereyah, Y., & Kusumaningrum, R. (2019). Proses Destination Branding Dalam Membentuk Citra Tujuan Wisata Museum Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 9(2), 15–34. <https://doi.org/10.34010/jipsi.v9i2.2466>
- Kinanti Erste Panggayuh Putri, Deny Tri Ardiyanto, & Andreas Slamet Widodo. (2023). Roland Barthes Semiotic Approach to the Gebyok Jumpara Cultural Video Campaign. *TAMA: Journal of Visual Arts*, 1(1), 15–28. <https://doi.org/10.61405/tama.v1i1.677>
- Kustiawan, W., Wahyuni, R. C., & Nurizain, A. (2025). Efektifitas Dakwah Visual Terhadap Perubahan Sikap Keagamaan Mahasiswa .pdf. *JURNAL MUDABBIR (Journal Research and Education Studies)*, 5(2).
- Nuraryo, I. (2020). *Komunikasi Nilai Budaya oleh Museum Batik dalam Memperkuat City Branding Kota Pekalongan*.
- Octaviani, R., Anantanyu, S., & Ihsaniyati, H. (2018). Analisis Keefektifan Iklan Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Jenang CV. Mubarookfood Cipta Delicia Menggunakan EPIC Model. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 14(2), 114. <https://doi.org/10.20961/sepa.v14i2.24998>
- Permata Sari, D. (2023). Literasi Budaya Pada Mitos Cerita Legenda “Bulusan” Sebagai Nilai Moral - Lokalitas Kudus. *Jurnal Pendidikan Berkarakter*, 1(4), 230–237.

- Priyanto. (2018). Pemanfaatan Sumber Daya Budaya Sebagai Daya Tarik Destinasi Wisata Budaya Studi Kasus Museum Jenang Kudus. In *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* (Vol. 1, Issue 1). <https://doi.org/10.7454/jsht.v1i1.31>
- Rosalinda, H., Susanti, K., & Nuriyanti, W. (2019). Nilai Nasionalisme dalam Komik: Kajian Semiotika Komik Rengasdengklok. *Jurnal Desain*, 6(02), 88. <https://doi.org/10.30998/jurnal Desain.v6i2.3010>
- Rose, G. (2002). Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials. In *Sustainability (Switzerland)* (2nd ed., Vol. 11, Issue 1). SAGE Publications Ltd.
- Rosyid, M. (2021). Situs Hindu Pra-islam di Kudus dan Sikap Toleran Sunan Kudus. *Khazanah Theologia*, 3(3), 171–180. <https://doi.org/10.15575/kt.v3i3.10975>
- Sumintarsih, Siti Munawaroh, & Christriyati Ariani. (2016). *Gusjigang: Etos Kerja Dan Perilaku Ekonomi Pedagang Kudus*. http://opac.lib.ugm.ac.id/index.php?mod=book_detail&sub=BookDetail&act=view&typ=htmlext&buku_id=750892&unit_id=1
- Syarifa, N., Salamah, S., Kholidah, N. P., Auliyah, M., & Urofiyah, F. (2026). The Role of the Jenang Kudus Museum in Educating Visitors About *Gusjigang* Culture. *IJISS: Indonesian Journal of Islam and Society Studies*, 1(1).
- Ubaidillah, M., & Patriansah, M. (2024). Analisis semiotika Roland Barthes pada film *Agak Laen* produser studio Imajinari. *VisART Jurnal Seni Rupa & Desain*, 2(1), 49–65. <https://ejournal.lapad.id/index.php/visart>
- Wibowo, A. (2020). Digitalisasi Dakwah Di Media Sosial Berbasis Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 2(2).
- Wicaksono, W. (2024). *Kenyamanan Visual Pada Ruang Pamer Museum Perjuangan Bogor*. 501–509.
- Yunus, R. N. (2020). Analisis Multimodal Pada Iklan Layanan Masyarakat. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 83–89.
- Zikrillah, A., & Nurhidayah, Y. (2021). Psikologi Persepsi Visual pada Konten Dakwah Visual Instagram. *Prophetic: Professional, Empathy and Islamic Counseling Journal*, 4(2).

This page intentionally left blank