

**BAB II**  
**DESKRIPSI UMUM**  
**TENTANG DAKWAH DAN ANALISIS SEMIOTIKA**

**A. Dakwah dan Ruang Lingkupnya**

**1. Definisi Dakwah**

Pengertian dakwah dapat ditinjau dari dua segi yakni secara bahasa (etimologi), dan secara istilah (terminologi). Secara etimologis perkataan dakwah berasal dari bahasa arab yaitu, *da'a-yad'u- da'watan* (da'wah) yang berarti mengajak, menyeru, memanggil (Bisri dan Munawir, 1999: 242). Lebih lanjut Ilyas Supena (2007: 105) menyebutkan kata dakwah merupakan bentuk masdar dari kata *yad'u (fil mudhar'i)* dan *da'a (fil madhi)* yang artinya adalah memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summer*), menyeru (*to propo*), mendorong (*to urge*), dan memohon (*to pray*). Jadi secara *etimologi*, dakwah berarti seruan, ajakan, panggilan, yakni aktivitas seseorang menyampaikan seruan, mengajak dan memanggil umat manusia agar menerima dan mempercayai keyakinan dan pandangan si penyeru. Selain kata “dakwah” tersebut, Alquran juga menyebutkan kata yang memiliki pengertian hampir sama dengan “dakwah”, yakni kata “*tabligh*” yang berarti penyampaian, dan “*bayan*” yang berarti penjelasan (Pimay, 2006: 2).

Secara bahasa makna dakwah bersifat netral. Baik menyeru, mengajak kepada kebaikan atau kemungkaran sama-sama berarti dakwah. Nabi, rasul, para ulama', dan orang-orang yang beriman

berdakwah mengajak kepada jalan Allah (jalan kebaikan), Sedangkan setan dan iblis senantiasa berdakwah kepada anak cucu Adam agar menjauhi perintah Allah dan mendekati larangan-Nya. Itulah yang membedakan iblis dengan orang-orang beriman. Dalam Alquran, ajakan dan seruan sebagai arti dasar dari kata dakwah ini memiliki dua pengertian, baik dalam arti positif maupun negatif (Pimay, 2006: 2). Pengertian dakwah yang berarti ajakan dan seruan kepada hal-hal positif dapat dijumpai di dalam ayat-ayat Alquran sebagai berikut;

... أُولَئِكَ يَدْعُونَ إِلَى النَّارِ وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى الْجَنَّةِ....

“..... mereka mengajak ke neraka, sedang Allah mengajak ke surga.....” (Q.S. al-Baqarah: 221).

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ

فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ

“dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, Maka (jawablah), bahwasanya aku adalah dekat. aku mengabulkan permohonan orang yang berdoa apabila ia memohon kepada-Ku, Maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah-Ku) dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka selalu berada dalam kebenaran (Q.S. al-Baqarah: 186).

Ayat-ayat tersebut menjelaskan bahwa kata dakwah umumnya dipahami sebagai ajakan kepada hal-hal yang baik (positif). Hal ini berarti bahwa ajakan mengajak hamba-Nya untuk melakukan sesuatu yang menyebabkan mereka masuk ke dalam surga, yaitu berpegang teguh pada agama-Nya. Akan tetapi, Alquran juga menggunakan kata dakwah dalam pengertian yang ditujukan untuk hal-hal yang tidak baik (negatif).

Sebagaimana dalam surat al-Baqarah ayat 221 dijelaskan bahwa orang-orang kafir mengajak ke dalam neraka, dan dalam surat Yusuf ayat 13 menggambarkan bahwa Zulaikha mengajak Nabi Yusuf AS untuk melakukan hal yang terlarang. Allah berfirman:

قَالَ رَبِّ السِّجْنُ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا يَدْعُونَنِي إِلَيْهِ ...

*"Yusuf berkata: "Wahai Tuhanku, penjara lebih aku sukai daripada memenuhi ajakan mereka kepadaku (Q.S. Yusuf: 33)*

Dengan demikian, berbagai ayat Alquran secara jelas menunjukkan bahwa kata dakwah memiliki dua pengertian yang berbeda. *Pertama*, dakwah sebagai seruan, ajakan, dan panggilan menuju surga, dan *kedua*, dakwah sebagai seruan, ajakan, dan panggilan menuju neraka. Dakwah bisa berarti ajakan kepada yang baik dan bisa juga berarti ajakan kepada yang buruk (Pimay, 2006: 3).

Sementara pengertian dakwah secara *istilah* (terminologi), telah dirumuskan dan dipahami oleh para pakar secara beragam. Pengertian dakwah tersebut dikemukakan oleh para ahli dakwah sebagai berikut:

- a. Syaikh Ali Mahfudz (1975: 7), dakwah adalah aktifitas memotivasi manusia untuk berbuat kebajikan, mengikuti petunjuk, memerintahkan kebaikan dan mencegah kemungkaran agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.
- b. Ibnu Taimiyah (1985: 185), mengartikan dakwah sebagai proses usaha untuk mengajak masyarakat (mad'u) untuk beriman kepada Allah dan Rasul-Nya.

- c. Toha Jahja Umar (1979: 1), mengartikan dakwah sebagai aktivitas menyeru, mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.
- d. Al-Bahy al-Khauy (1986: 35), dakwah adalah usaha mengubah situasi kepada yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap individu maupun masyarakat. Esensi dakwah bukan hanya terletak pada usaha mengajak kepada keimanan dan ibadah saja, lebih dari itu dakwah adalah usaha penyadaran manusia atas keberadaan dan keadaan hidupnya.
- e. A. Hasjmy (1974: 18), dakwah adalah mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syari'at Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri.
- f. Amrullah Ahmad (1996: 17), dakwah adalah mengadakan dan memberikan arah perubahan. Mengubah struktur masyarakat dan budaya dari kedhaliman menuju keadilan, dari kebodohan berubah menjadi kemajuan/kecerdasan, dari kemiskinan kearah kemakmuran, keterbelakangan kearah kemajuan yang semuanya dalam rangka meningkatkan derajat manusia ke arah puncak kemanusiaan. Mengajak umat manusia supaya masuk ke jalan Allah secara menyeluruh baik dengan lisan dan tulisan maupun dengan perbuatan dalam rangka mewujudkan ajaran Islam menjadi kenyataan dalam kehidupan sehingga terwujud kualitas *khairul ummah*.

- g. Asmuni Sukir (1983: 20), dakwah adalah suatu usaha mempertahankan, melestarikan dan menyempurnakan umat manusia agar mereka tetap beriman kepada Allah, dengan menjalankan syariat-Nya, sehingga mereka menjadi manusia yang hidup bahagia di dunia maupun akhirat.
- h. M. Sulthon (2003: 42), dakwah bisa dimaknai sebagai proses perubahan sosial secara umum, yaitu perubahan ekonomi, politik, budaya, pendidikan, dan etika. Problem-problem internasional, yaitu ketimpangan ekonomi-politik, pelanggaran hak asasi manusia, isu terorisme, dan pertentangan ideology merupakan tanggung jawab dakwah, sehingga dakwah adalah proses menuju tatanan dunia baru yang berkeadilan, berperikemanusiaan, damai dan sejahtera.
- i. Selanjutnya, M. Arifin (2000: 8), bahwa dakwah merupakan suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk tulisan, lisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan terhadap ajaran agama sebagai *message* yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan.

Meskipun beberapa definisi yang dikemukakan di atas tidak sama, namun tidaklah membuat jurang perbedaan yang amat serius yaitu perbedaan substansi dakwah. Dakwah secara essensial bukan hanya berarti mengajak mad'u untuk beriman dan beribadah kepada Allah, tetapi juga bermakna menyadarkan manusia terhadap realitas hidup yang

harus mereka hadapi dengan berdasarkan petunjuk Allah dan Rasulnya. Dengan kata lain, dakwah bukan hanya sebatas menyampaikan pesan-pesan normatif dan teoritis keagamaan, tetapi juga sekaligus bersifat faktual dan praktis. Merealisasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari atau proses transformasi nilai-nilai Islam kepada kondisi masyarakat yang lebih maju, sejahtera, bahagia, damai, makmur dan Islami (Supena, 2007: 106).

## 2. Dasar Hukum Dakwah

Dakwah menjadi prasyarat terbentuknya *khairu ummah* sebagai media *syi'ar* dan penerapan ajaran Islam. Pijakan dalam pelaksanaan dakwah adalah Alquran dan Hadits, perintah dakwah yang ditunjukkan kepada umat Islam secara umum tercantum dalam Alquran, Q.S. an-Nahl ayat 125;

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ 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” (Q.S. an-Nahl: 125) (Departemen Agama RI, 1989: 421).

Kata *ud'u* dalam ayat di atas adalah bentuk *fi'il amar* yang berarti “ajakan”, “serulah”. Dalam terminologi ilmu *ushul al-fiqh*, setiap *fi'il amar* adalah perintah dan setiap perintah adalah wajib dilaksanakan selama tidak ada dalail lain yang melingkupinya dari tuntutan wajib kepada sunnah atau hukum lainnya. Karena tidak ada dalil lain yang

memalingkan tuntutan wajibnya berdakwah dari ayat tersebut. Hanya saja terdapat perbedaan pendapat para ulama. Ada yang berpendapat bahwa dakwah adalah fardhu ‘ain, berlaku bagi setiap orang Islam yang sudah dewasa tanpa kecuali. Kedua, ada yang berpendapat fardhu kifayah, artinya apabila sudah dilakukan oleh satu atau sebagian orang, maka jatuhlah kewajiban dakwah tersebut dari kewajiban seluruh muslimin (Sanwar, 1986: 34).

Perbedaan hukum dakwah, disebutkan juga dalam Alquran surat Ali Imron ayat 104 yang berbunyi :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ  
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar, mereka itulah orang-orang yang beruntung” (Q.S. Ali Imron : 104) (Departemen Agama RI, 1989: 93).*

Dalam ayat di atas terdapat kata “minkum” dimana secara gramatikal memiliki dua fungsi makna “*lil bayan*” dan “*li tab’idh*”. Ketika fungsi *lil bayan* yang digunakan maknanya menjadi “kamu semua”. Sedangkan apabila fungsi *li tab’idh* yang dikehendaki artinya “sebagian dari kalian”. Sebagaimana ungkapan Imam Khazin, bahwa arti *min* dalam firman Allah “*minkum*”, berfungsi sebagai penjelas (*lil bayan*) bukan untuk menunjukkan arti sebagian, sebab Allah telah mewajibkan dakwah kepada umat Islam secara keseluruhan sebagaimana dalam surat Ali Imron: 110 yang artinya “*kamu sekalian adalah sebaik-baik umat....*”.

dalam ayat ini mencakup semua orang Islam, baik berbeda suku, warna, bahasa dan levelnya. Semua muslim wajib berdakwah (Pimay, 2006: 15).

Disamping itu, pandangan yang menyatakan bahwa dakwah hukumnya fardhu ‘ain juga didasarkan hadits Nabi, :

حدثنا عبد الله حدثني أبي ثنا يزيد أخبرني شعبة عن قيس بن مسلم عن طارق بن شهاب قال : خطب مروان قبل الصلاة في يوم العيد فقام رجل فقال إنما كانت الصلاة قبل الخطبة فقال ترك ذلك يا أبا فلان فقام أبو سعيد الخدري فقال أما هذا فقد قضى ما عليه سمعت رسول الله صلى الله عليه و سلم يقول من رأى منكراً فليغيره بيده فإن لم يستطع فبلسانه فإن لم يستطع فبقلبه وذلك أضعف الإيمان تعليق شعيب الأرنؤوط : إسناده صحيح على شرط الشيخين

*“Barangsiapa melihat diantaranya kamu satu kemungkaran maka hendaklah mencegah dengan tangannya, jika tidak bisa dengan lisannya, dan jika tidak bisa maka dengan hatinya. Dan demikian itu merupakan iman yang paling lemah.”* (HR. Ahmad) (Musnad Imam Ahmad, 1978: 20)

Dalam hadits di atas, kata *man* bermakna umum yang meliputi setiap individu yang mampu untuk merubah kemungkatan dengan tangan, lisan atau hati, baik itu kemungkatan secara umum atau secara khusus. Dengan demikian merubah kemungkatan adalah perintah yang wajib dilaksanakan sesuai dengan kadar kemampuan.

Sedangkan ulama yang mengatakan bahwa dakwah itu wajib kifayah, memahami kata *min* dalam surat Ali Imron ayat 104 tersebut dalam fungsi *li tab'idh*, sehingga bermakna “sebagian dari kalian”. Mereka beralasan di antara umat Islam itu ada beberapa orang yang tidak mampu melaksanakan *amar ma'ruf nahi munkar*, karena berbagai sebab.



Sebagian ulama yang lain berkata bahwa *amar ma'ruf nahi munkar* itu hanya diwajibkan bagi orang yang berilmu (ulama) dan penguasa (umara) (Ibnu Katsir, 1990: 368).

Dari kedua pendapat tentang hukum dakwah di atas, kiranya lebih valid jika hukum dakwah adalah wajib kifayah, karena berdakwah harus memiliki ilmu dan ka'rifat agar terealisasi tujuan dakwah dan sampai kepada objek dakwah secara sempurna, benar, jauh dari keraguan dan kesalahan. Dengan dalil-dalil tersebut jelaslah wajib hukum berdakwah menurut ukuran kesanggupan. Kita sudah mengetahui bahwa melaksanakan yang wajib mendapat ganjaran pahala dan kalau ditinggalkan mendapat dosa.

Dakwah diibaratkan sebagai lentera kehidupan yang memberi cahaya penerang bagi kehidupan manusia dari kegelapan. Di saat kegersangan spiritual, rusaknya moral dan maraknya kemungkaran menimpa masyarakat, maka aktivitas dakwah diharapkan mampu memberikan cahaya penerang. Munculnya krisis moral dan terkikisnya nilai agama dalam diri manusia, menjadi bagian terpenting dalam aktivitas dakwah. Dakwah merupakan suatu keharusan yang tidak bisa ditawar lagi, karena hal tersebut merupakan salah satu fungsi manusia muslim sebagai penerus Rasulullah untuk menyampaikan jalan keselamatan di dunia maupun akherat.

Dakwah merupakan pekerjaan yang tidak akan pernah ada akhirnya, selama denyut nadi dan kegiatan manusia masih berlangsung maka selama itulah manusia berkewajiban menyampaikan risalah Nabi,

yang pada dasarnya hakekat dari pesan tersebut merupakan tuntutan abadi nurani manusia sepanjang zaman.

### 3. Tujuan dakwah

Dakwah adalah sesuatu usaha untuk mengajak, menyeru, dan mempengaruhi manusia agar selalu bepegang pada ajaran Allah guna memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat (Sanwar, 1986:34).

Dakwah merupakan suatu rangkaian kegiatan atau proses, dalam rangka mencapai sesuatu tujuan tertentu. Tujuan ini dimaksudkan untuk memberi arah atau pedoman bagi gerak langkah kegiatan dakwah, sebab tanpa tujuan yang jelas seluruh aktifitas dakwah akan sia-sia. Tujuan dakwah adalah sebagaimana telah dirumuskan ketika memberikan pengertian tentang dakwah, diantaranya yaitu merubah keadaan hingga terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat yang diridhoi oleh Allah Swt (Sholeh, 1977: 21).

Dalam buku “Materi Dasar Islam” (tim lembaga dakwah kampus, 2007: 147) menjelaskan secara umum tujuan dakwah, antara lain:

- a) Mentauhidkan Allah Swt. Melalui dakwah, ditanamkan dengan kuat kalimat *Laa Ilaaha Illa Allah* yang berarti tidak ada lagi yang patut disembah, ditakuti dan diharapkan keridhaannya melainkan Allah Swt.
- b) Menjadikan Islam sebagai rahmat. Dakwah diarahkan untuk meyakinkan manusia bahwa hukum-hukum Allah Swt. saja yang akan mendatangkan rahmat bagi mereka. Sedangkan hukum-hukum

yang dibuat oleh manusia adalah bathil serta tidak dapat mendatangkan rahmat dan kemaslahatan.

- c) Menjadikan Islam sebagai pedoman hidup. Dakwah ditujukan untuk menjadikan Islam sebagai pedoman hidup, artinya adalah mengajak manusia untuk masuk ke dalam Islam secara keseluruhan, karena Islam mengatur seluruh aspek kehidupan, maka Islam hanya dapat dijadikan pedoman hidup jika diterapkan secara *kaffah* dalam kehidupan.
- d) Menggapai ridho Allah Swt. Seluruh amal yang dilakukan, termasuk dakwah hendaknya ditujukan untuk mendapatkan ridho Allah Swt. Dengan demikian dakwah dilakukan dengan *ikhlas* dan sesuai dengan tuntunan Islam yang dibawa oleh Rosulullah Saw.

Selain itu, menurut Asmuni syukur tujuan dakwah terdiri atas tujuan umum (*major objective*) dan tujuan khusus (*minor objective*). Tujuan umum dakwah adalah mengajak umat manusia (meliputi orang mukmin atau orang kafir atau musyrik) kepada jalan yang benar yang diridhoi Allah agar dapat hidup bahagia dan sejahtera di dunia maupun di akhirat. Arti umat disini menunjukkan seluruh alam. Sedangkan yang berkewajiban berdakwah kepada seluruh umat adalah Rasullulah Saw. dan utusan-utusan yang lain, seperti dalam Alquran surat Al-Maidah ayat 67 disebutkan :

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ

يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

*“Hai Rosul sampaikanlah apa yang diturunkan dari Tuhanmu. Dan jika kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu) berarti kamu tidak menyampaikan amanat-Nya, Allah memelihara kamu dari (gangguan) manusia. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk bagi orang yang kafir”*(Q.S. al-Maidah: 67) (Departemen Agama RI, 1989: 172).

Tujuan khusus dakwah merupakan rumusan tujuan sebagai rincian dari pada tujuan umum dakwah. Tujuan ini dimaksudkan agar dalam pelaksanaan seluruh aktifitas dakwah dapat jelas diketahui kemana arahnya, ataupun jenis kegiatan, apa yang hendak dikerjakan, kepada siapa berdakwah. Dengan cara yang bagaimana dengan cara terperinci. Sehingga tidak terjadi *overlapping* antara juru dakwah yang satu dengan yang lainnya disebabkan karena masih umumnya tujuan yang hendak dicapai (Syukir, 1983: 49).

#### **4. Unsur-unsur Dakwah**

Agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, di dalam pelaksanaan proses dakwah Islam diperlukan komponen-komponen (unsur) dakwah yang harus terorganisir secara baik dan tepat. Elemen atau unsur dakwah tersebut antara lain, subjek dakwah (da'i), objek dakwah (mad'u), metode dakwah, media dakwah, dan materi dakwah (Pimay, 2006: 19).

Unsur-unsur dakwah adalah segala aspek yang ada sangkut pautnya dengan proses pelaksanaan dakwah dan sekaligus menyangkut tentang kelangsungannya. Banyak unsur yang harus diperhatikan bagi para da'i/mubaligh atau pelaksana dakwah, agar dakwah dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya, efektif dan efisien. Di samping itu juga walaupun ada hambatan dalam pelaksanaannya maka harus dicarikan penyelesaian yang proporsional dan sesuai dengan kebutuhan.

Proses dakwah terdiri dari unsur-unsur atau komponen-komponen yang satu sama lainnya mempunyai hubungan yang sangat erat, unsur-unsur tersebut adalah:

a. Subyek Dakwah

Subyek dakwah merupakan orang-orang yang menyampaikan pesan-pesan dakwah yang biasa disebut istilah juru dakwah atau da'i dan ada pula yang menyebutnya komunikator dakwah. Penyampaian pesan-pesan dakwah bisa dilakukan oleh perseorangan (individual) dan bisa juga oleh kelompok ataupun organisasi.

Menurut Hafi Anshari (1993: 104) subyek dakwah adalah orang yang melakukan dakwah yang berusaha merubah situasi kepada situasi yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan Allah, baik secara individu maupun secara kelompok (organisasi), sekaligus sebagai pemberi informasi dan pembawa misi.

Keberadaan da'i sangat menentukan keberhasilan kerja dakwah, sebab kondisi masyarakat muslim di Indonesia pada umumnya masih bersifat paternalistik yakni masih sangat tergantung dengan sosok seorang figur atau tokoh. Demikian juga dalam konteks dakwah, masyarakat muslim Indonesia memiliki kecenderungan yang sangat kuat untuk mengikuti ajakan seorang dai tertentu tanpa mempertimbangkan pesan-pesan yang disampaikan.

Oleh karena itu, visi seorang dai, karakter, keluasan, dan kedalaman ilmu, keluhuran akhlak, kredibilitas, kapabilitas, akseptabilitas dan sikap-sikap positif lainnya sangat menentukan

keberhasilan seorang da'i dalam menjalankan tugas dakwah. Inilah salah satu aspek yang ditunjukkan oleh Rasulullah Saw. di hadapan umatnya sehingga beliau mendapatkan keberhasilan yang gemilang dalam menjalankan tugas dakwah.

b. Obyek Dakwah

Obyek dakwah adalah manusia yang secara individual atau apa pun kelompok menerima pesan-pesan dakwah, yang sering disebut dengan istilah *mad'u* atau *komunikan*, yang disampaikan oleh *komunikator*. Dapat pula dipahami sebagai orang atau sekelompok orang yang menjadi titik fokus kegiatan dakwah.

Kondisi obyek dakwah yang heterogen dan memiliki pluralitas yang sangat tinggi dalam berbagai aspek, baik segi usia, jenis status sosial, tingkat ekonomi, jenis profesi, tradisi masyarakat, aspirasi politik dan keragaman aspek-aspek lainnya, maka seorang dai dituntut untuk memiliki ketajaman yang kreatif untuk mendeteksi dan mengidentifikasi kondisi sosial riil masyarakat yang akan dihadapi, kekeliruan cara yang digunakan untuk membidik komunikan sangat dimungkinkan terjadinya kegagalan dalam melakukan tugas dakwah.

Dalam hal ini maka seorang da'i sebelum terjun ke lapangan untuk berhadapan dengan komunikan, diperlukan metode, strategi, materi, dan media yang akan digunakan dalam melakukan tugas dakwah. Tanpa melalui tahapan ini maka sangat dimungkinkan pesan-pesan dakwah yang diberikan kepada komunikan akan mengalami pembiasaan (*deviasi*) yang jauh dari yang diharapkan,

sehingga aktivitas dakwah yang dilakukan hanya akan sia-sia belaka dan tidak memiliki signifikansi yang strategis bagi masyarakat itu sendiri. Terlebih lagi obyek dakwah yang bermacam-macam latar belakang dalam segala aspeknya, maka subyek dakwah dapat mengambil langkah-langkah yang sesuai dengan kondisi dan situasi serta amcam-macam obyek yang dihadapi.

c. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah suatu pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u yang mengandung kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber dari Alquran dan Hadits. Dengan demikian materi dakwah merupakan inti dari dakwah itu sendiri. Oleh karenanya hakikat materi dakwah tidak dapat dilepaskan dari tujuan dakwah. Materi dakwah secara garis besar dapat diklasifikasikan ke dalam tiga masalah pokok, sebagai berikut (Syukir, 1983 : 20), :

1) Materi akidah

Dalam Islam, masalah akidah adalah masalah *i'tiqad bathiniyah* yang di dalamnya mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman. Dalam kaitannya dengan materi dakwah, masalah akidah juga dikaitkan dengan masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik, mengingkari keberadaan Tuhan dan sebagainya.

2) Materi syari'ah

Syariah berhubungan erat dengan amal lahir yang dilakukan dalam rangka mentaati semua peraturan atau hukum Allah.

Masalah syariah ini tidak hanya untuk mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya, tetapi juga mengatur hubungan antara manusia dengan sesamanya. Seperti hukum warisan, berumah tangga, jual beli, kepemimpinan dan amal-amal lainnya. Demikian juga larangan larangan Allah seperti berzina, mencuri, minum-minuman keras dan seterusnya.

### 3) Materi akhlak

Akhlak dalam Islam adalah untuk menyempurnakan keimanan dan keislaman seseorang. Berkaitan dengan materi dakwah, masalah akhlak merupakan pelengkap masalah keimanan dan keislaman, meski masalah akhlak tidak kalah penting dengan kedua masalah lainnya.

Ketiga materi dakwah ini harus bisa di sebarluaskan dengan baik agar Islam bisa dijalankan dengan stabil dan konsisten dan diperlukan komitmen yang tinggi terhadap agama Islam baik itu diwujudkan dalam arti perkataan, perbuatan maupun dalam arti keteguhan hidup. Disamping materi dakwah yang telah disebutkan, materi dakwah lain yang bersifat masalah-masalah yang dihadapi dalam kehidupan social kemasyarakatan pada umumnya.

#### d. Media Dakwah

Media dakwah merupakan salah satu unsur yang sangat penting diperhatikan dalam aktivitas dakwah. Sebab sebegus apapun metode, materi dan *kapasitas* seorang da'i tanpa didukung dengan sebuah



media yang tepat seringkali hasilnya kurang efektif. Namun tidak satupun media yang dianggap paling tepat dengan menganggap media lainnya. Sebab ia memiliki relativitas yang sangat bergantung dengan situasi dan kondisi yang dihadapi.

Urgensi media dakwah ini tercermin dalam definisi yang dikemukakan oleh Hamzah Ya'kub (1992: 47), yakni alat obyektif yang menghubungkan ide dengan umat, suatu elemen yang menghubungkan urat nadi dalam *totaliter*. Efisiensi dan efektifitas pemanfaatan media dakwah berkaitan erat dengan unsur-unsur dakwah lainnya. Oleh karena itu dalam merancang media dakwah perlu memperhatikan keahlian komunikator (da'i) dalam menggunakan, mempertimbangkan daya tangkap komunikan (mad'u), melihat aspek metode yang diterapkan dan materi yang diberikan serta memperhatikan situasi dan kondisi yang dihadapi.

#### e. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara yang ditempuh oleh subyek dalam melaksanakan tugasnya berdakwah (Anshari, 1983: 158). Sudah barang tentu di dalam berdakwah diperlukan cara-cara tertentu agar supaya dapat mencapai tujuan dengan baik, untuk itu bagi seorang subyek perlu melihat kemampuan yang ada pada dirinya dan juga melihat secara benar terhadap obyek dalam segala seginya. Sumber dakwah yang terdapat dalam Alquran menunjukkan ragam yang banyak seperti hikmah, mujadalah, berbantah dan berdiskusi dengan baik. Dari sumber metode-metode yang merupakan

operasionalisasinya yaitu dakwah dengan lisan, tulisan, seni dan *bil hal* (Bachtiar, 1997: 34). Asmuni Syukir (1983: 104) menyebutkan beberapa metode dakwah diantaranya : metode ceramah, metode tanya jawab, metode debat (mujadalah), percakapan pribadi, metode demonstrasi, dan mengunjungi rumah (silaturahmi).

#### **B. Pesan Dakwah dan Klasifikasinya.**

Kata “pesan” dalam bahasa Indonesia artinya adalah perintah, nasehat, permintaan, dan amanat yang disampaikan lewat orang lain (Suharsono dan Retnoningsih, 2012: 377). Sementara itu kata “pesan” dapat diartikan sebagai apa yang disampaikan oleh sumber kepada penerima. Pesan disini merupakan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang memiliki perasaan, nilai, gagasan, maksud sumber tadi. Pesan itu sendiri memiliki tiga komponen yaitu makna simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna dan bentuk, atau organisasi pesan (Ilaihi, 2010: 97).

Pesan disampaikan dalam bentuk simbol, baik verbal (lisan) atau nonverbal (non-lisan). Simbol lisan adalah kata-kata, sedangkan simbol nonverbal adalah apa yang di sampaikan dengan nada suara atau gerak fisik (gestures) seperti gerak mata, ekspresi wajah, menggapaikan tangan, memainkan jari-jemari atau sikap badan (postures) dan penampilan (appearance), atau isyarat, seperti membunyikan alat atau menunjukkan warna (Hidajat, 2006: 43).

Komunikasi dakwah merupakan komunikasi yang menggambarkan bagaimana seorang komunikator dakwah menyampaikan dakwah lewat bahasa atau simbol-simbol tertentu kepada mad'u yang menggunakan media.

Tanpa penggunaan bahasa, hasil pemikiran yang bagaimanapun baiknya tak akan dapat dikomunikasikan kepada orang lain secara tepat. Banyak kesalahan interpretasi disebabkan oleh bahasa. Bahasa terdiri dari kata dan kalimat yang mengandung pengertian denotatif dan konotatif (Ilaihi, 2010: 98).

Pesan yang dimaksud dalam komunikasi dakwah adalah yang disampaikan da'i kepada mad'u. Dalam istilah komunikasi pesan juga disebut dengan *message*, *conten*, atau *informasi*. Pesan (*message*) menjadi salah satu pusat perhatian tradisi keilmuan komunikasi, di mana struktur pesan (*message structure*) sebagai aspek sentral dari tindakan komunikasi. Menurut Powers, pesan memiliki tiga elemen struktural, yakni *signs* (tanda) dan *symbol* (simbol), *language* (bahasa), dan *discourse* (wacana). Sign menandakan sesuatu yang bukan dirinya sendiri, dan meaning (makna) adalah sesuatu yang menghubungkan antara suatu objek atau gagasan dan *sign*. Secara umum, tradisi keilmuan mengenai *sign* diasosiasikan sebagai semiotik (Littlejohn (1999), dalam Hamid dan Budianto, 2011: 516).

Dalam literatur bahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu'al-dakwah*. Istilah ini lebih tepat dibanding dengan istilah "materi dakwah" yang diterjemahkan dalam bahasa arab menjadi *maaddah al-da'wah*. Sebutan yang terakhir ini bisa menimbulkan kesalah pahaman sebagai logistik dakwah. Istilah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah. Berdasarkan penyampaiannya, pesan dakwah dapat disampaikan lewat tatap muka atau menggunakan sarana media (Ilaihi, 2010: 98).

Pesan dakwah merupakan isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri (Munir dan Ilaihi, 2006: 24). Lain halnya dengan Toto Tasmara, beliau berpendapat bahwa pesan dakwah ialah semua pernyataan yang bersumberkan Alquran dan hadits baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (risalah) tersebut (Tasmara, 1997: 43). Sedangkan Ali Aziz dalam bukunya Ilmu Dakwah, menyatakan bahwa pesan dakwah merupakan isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah (Aziz, 2009: 318). Sementara itu Hafi Anshari (1993: 146) menyatakan, bahwa pesan dakwah merupakan segala sesuatu yang harus disampaikan oleh subyek kepada obyek dakwah yaitu keseluruhan ajaran Islam. Alquran dan Hadits adalah sumber utama materi bagi pesan-pesan dakwah. Adapun jenis pesan dakwah meliputi 3 kelompok, akidah, akhlak syari'ah.

Bertolak dari uraian di atas maka pesan (*maudhu*) dakwah adalah seluruh ajaran Islam yang sering disebut dengan syari'at Islam, yang oleh Schiko Murata dan William C. Chitick (1997: 315) disebut sebagai *trilogi* Islam (Islam, iman, dan ihsan). Dengan demikian yang menjadi pesan dakwah adalah syari'at Islam sebagai kebenaran hakiki dari Allah Swt. Pada prinsipnya, pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Alquran dan Hadits. Dalam kedua sumber tersebut tersedia materi dakwah yang komprehensif untuk pelaksanaan dakwah. Nilai-nilai ajaran Islam juga tertuang dalam kedua

sumber tersebut. Materi dakwah (*maddah ad da'wah*) adalah pesan-pesan dakwah Islam atau segala sesuatu yang harus disampaikan subjek kepada objek dakwah. Hal ini harus diekspresikan melalui penyebaran agama Islam. Pesan atau materi dakwah harus disampaikan secara menarik dan tidak monoton sehingga merangsang objek dakwah untuk menerima dan mengamalkannya (Munir Amin, 2009: 88).

Inti ajaran Islam adalah ketauhidan yang dalam wacana ilmu masuk dalam kategori akidah (keimanan). Akidah yang dianut memantifestikan dalam dua bentuk, yaitu syari'ah (ibadah muamalah) dan akhlak. Akidah adalah sistem kepercayaan kepada Allah SWT dan segala yang berkaitan dengannya seperti rasul yang diberi wahyu melalui malaikat dan masalah hari akhir dan takdir. Syari'ah merupakan sistem norma (aturan) yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhan, sesama manusia, dengan makhluk lainnya. Dalam hubungannya dengan Allah diatur dengan ibadah dalam arti khusus (thaharah, shalat, zakat, puasa, dan haji), dan dalam hubungannya dengan sesama manusia dan lainnya di atur dalam muamalah dalam arti luas. (Muhaimin, 2005: 20).

Akhlak merupakan aspek kepribadian atau perilaku *esoteric* manusia, dalam arti bagaimana system norma yang mengatur hubungan manusia dengan Allah (ibadah dalam arti khusus) dan hubungan manusia dengan manusia lainnya (muamalah) itu menjadi sikap hidup yang baik. Dalam menjalankan sistem kehidupannya (politik, ekonomi, social, pendidikan, budaya dan lain sebagainya), perilaku manusia dilandasi oleh akidah yang

kokoh yang dimanifestasikan dalam syari'ah dan akhlak (Muhaimin, 2005: 21).

Secara internal, Islam mengatur tidak hanya hubungan manusia dengan Tuhan (*habl min Allah*) melalui system ibadah ritual, melainkan mengatur hubungan manusia dengan manusia (*habl minal-nas*) dan mencakup berbagai aspek kehidupan manusia seperti, dalam bidang sosial, ekonomi, politik, ketatanegaraan, hukum, budaya, dan pendidikan. Hal ini dilakukan Islam dengan memberikan dasar-dasar dan prinsip-prinsip tentang berbagai kehidupan tersebut sesuai perkembangan zaman dan budaya di mana Islam itu hadir (*al-Islam shalihun li kulli zaman wa makan*) (Nata, 2011: v).

Setiap materi dakwah yang disampaikan hendaknya tidak boleh mengesampingkan dari aspek akidah (iman), syariat dan akhlak (ihsan) yang ketiganya merupakan suatu kesatuan organic dalam agama Islam. Namun, bukan berarti seorang da'i tidak diperkenankan menyampaikan materi di luar pokok bahasan di atas. Justru sebaliknya, seorang da'i dituntut mampu merespon kebutuhan yang menjadi tuntutan hidup dan kehidupan komunikan (sasaran dakwah), seperti materi sosial kemasyarakatan, ekonomi, pendidikan, kebudayaan, bahkan politik sekalipun. Dengan demikian dakwah Islam tidak terkesan kaku, yang hanya berorientasi pada akhirat saja. Adapun perincian konsepsi materi Islam dalam bidang muamalah (kemanusiaan) yang meliputi bidang sosial kemasyarakatan, pendidikan, ekonomi, kesehatan, budaya, dan politik dapat dikemukakan sebagai berikut:

## 1) Pendidikan

Sejak awal kelahirannya, Islam memiliki perhatian yang besar terhadap pendidikan. Ayat-ayat Alquran, hadits serta bukti sejarah dengan sangat meyakinkan telah menunjukkan bahwa Islam memiliki perhatian tinggi terhadap pendidikan (Nata, 2011: 223).

Islam memandang bahwa pendidikan adalah hak bagi setiap orang (*education for all*), laki-laki atau perempuan, dan berlangsung sepanjang hayat (*long life education*), dilakukan dimana saja, menggunakan berbagai metode dan pendekatan yang sesuai dengan tingkat perkembangan usia, tidak mengakui adanya dikotomi (pemisahan) antara ilmu agama dengan ilmu non-agama, dan dilakukan untuk tujuan agar manusia menjadi khalifah di muka bumi dalam rangka ibadah kepada Allah Swt (Alim, 2006: 112).

Untuk mewujudkan manusia yang mampu mengamalkan ajaran agamanya sangat diperlukan pendidikan agama karena pendidikan agama mempunyai tujuan membentuk manusia bertaqwa kepada Allah Swt. Pendidikan sangat penting karena ikut menentukan corak dan bentuk amal dan kehidupan manusia baik pribadi maupun masyarakat.

## 2) Ekonomi

Ajaran Islam memiliki dasar dan prinsip-prinsip pengembangan ekonomi yang jelas dan tegas. Usaha mengembangkan ekonomi yang berdasarkan prinsip-prinsip ajaran Islam tersebut sama pentingnya dengan perbuatan amal shaleh yang diridhai Allah Swt. Pengembangan usaha dalam bidang ekonomi sebagai bagian visi, misi, dan tujuan Islam untuk member

rahmat bagi seluruh alam, dan untuk menyejahterakan kehidupan masyarakat secara seimbang (Nata, 2011: 444).

Islam mencita-citakan keadaan ekonomi yang didasarkan pada pemerataan, anti monopoli, saling menguntungkan, tidak saling merugikan seperti menipu, mencuri, dan sebagainya. Islam memandang bahwa kehidupan yang harus dilakukan manusia adalah hidup yang seimbang dan tidak terpisahkan antara urusan dunia dan akhirat. Urusan dunia dikejar dalam rangka mengejar kehidupan akhirat dan kehidupan akhir dicapai dengan dunia. Secara tidak langsung Islam menolak kehidupan yang bercorak *sekularistik*, yaitu kehidupan yang memisahkan antara urusan dunia dengan urusan agama, agama harus terlibat dalam mengatur kehidupan dunia (Nata, 1998: 90).

### 3) Sosial

Dilihat dari aspek sosial, Islam mencita-citakan suatu masyarakat yang egaliter, yaitu masyarakat yang didasarkan atas kesetaraan atau kesederajatan sebagai makhluk Tuhan. Kedudukan dan kehormatan manusia di hadapan Tuhan dan manusia di hadapan Tuhan dan manusia lainnya bukan berdasarkan perbedaan suku bangsa, golongan, bahasa, warna kulit, pangkat, keturunan, harta benda, tempat tinggal, dan lain sebagainya, melainkan ketaqwaannya kepada Tuhan dan darma baktinya bagi kemanusiaan (Alim, 2006: 111).

Islam sangat menitikberatkan kepedulian antara orang kaya dengan orang miskin, antara majikan dan buruh, antara orang yang sedang tertimpa musibah dan orang yang diberi kenikmatan, orang yang diberi



kelebihan dan orang yang masih membutuhkan dan tenggang rasa terhadap sesama hidup.

Dalam bidang sosial, Islam menjunjung tinggi tolong-menolong, saling menasehati tentang hak dan kesabaran, kesetiakawanan, egaliter (kesamaan derajat), tenggang rasa, dan kebersamaan. Ukuran ketinggian derajat manusia dalam pandangan Islam bukan ditentukan oleh nenek moyangnya, kebangsaannya, warna kulit, bahasa, dan lain sebagainya. Namun, ditentukan oleh ketaqwaannya yang ditunjukkan prestasi kerjanya yang bermanfaat bagi manusia (Nata, 1998: 88).

Prinsip-prinsip atau hukum-hukum social menurut Islam antara lain bahwa perubahan masyarakat harus dimulai dari perubahan sikap mental setiap individu anggota masyarakat, penerapan akhlak mulia, adanya kerjasama yang harmonis, saling menghormati, manusiawi, egaliter, keadilan, dan kebaikan (Nata, 2011: 458).

#### 4) Politik

Kata politik berasal dari kata *politic* yang berarti bijaksana (Echols & Shadily, 1980: 437). Menurut kamus bahasa Indonesia makna dari politik adalah ilmu pengetahuan mengenai ketatanegaraan, seperti tata cara pemerintahan, dasar-dasar pemerintahan, dan dapat pula berarti segala urusan dan tindakan (kebijaksanaan, siasat, dan sebagainya) mengenai pemerintahan suatu negara, dan dapat pula berarti tipu muslihat, kelicikan akal (daya upaya) (Poerwadarminta, 1991: 763).

Dalam bidang politik, Islam mencita-citakan suatu pemerintahan yang dipimpin oleh orang yang adil, jujur, amanah, demokratis, dan

kredibel, sehingga yang bersangkutan tidak menyalahgunakan kekuasaannya, dan terus berupaya menciptakan kemakmuran bagi masyarakat, serta mendengar dan memperhatikan hati nurani masyarakat yang dipimpinnya (Alim, 2006: 112).

Islam menganut system politik yang fleksibel, politik yang dapat menerima berbagai bentuk system pemerintahan, seperti kerajaan, kesultanan, republic Islam, parlementer, gabaungan antara parelementer dan kerajaan. Sesuai dengan pandangan Muhammad husein Haikal, bahwa dalam Islam tidak terdapat sisitem ketatanegaraan, tetapi terdapat seperangkat nilai etika bagi kehidupan ketatanegaraan (Nata, 2011: 456).

Islam lebih mementingkan isi daripada bentuk, yakni lebih mementingkan tercapainya visi, misi, tujuan, etika dan prinsip-prinsip Islam daripada mempertahankan bentuk namun jauh dari tercapainya visi, misi, tujuan, etika dan prinsip-prinsip Islam tersebut yang merupakan jaminan bagi terwujudnya kesejahteraan hidup masyarakat, terpelihara hak-hak asasi manusia.

Dalam menaati ulil amri, Islam menghendaki ketaatan kritis terhadap pemimpin, yaitu ketaatan yang didasarkan pada tolok ukur kebenaran dari Tuhan. Maka para pelaku politik Islam hendaknya harus berani merubah paradigma politiknya, bahwa tujuan berpolitik adalah untuk mengatur, mengurus dan memelihara urusan ummat, yang semuanya bermuara pada satu titik, yaitu untuk mencari ridla Allah (*libtighai mardlatillah*). Bukan sebaliknya, untuk semata-mata mencari jabatan, uang dan kekuasaan (Nata, 1998: 92).

Prinsip-prinsip atau hukum-hukum politik menurut Islam antara lain, memandang kekuasaan sebagai amanah, memutuskan perkara dengan musyawarah, ketaatan kepada pemimpin, menegakkan keadilan, kebaikan, dan pandangan kesederajatan bagi seluruh rakyat, menjalin hubungan yang harmonis antar umat dan antar agama. Islam menjamin bahwa system politik apapun yang diterapkan, jika berpegang pada prinsip-prinsip dan hokum-hukum tersebut, akan dapat mewujudkan keadaan masyarakat yang aman, tertib, damai, harmonis, dan sejahtera (Nata, 2011: 465).

#### 5) Hukum

Dalam bidang hukum, Islam mencita-citakan tegaknya supremasi hukum yang didasarkan pada keadilan, tidak pilih kasih, manusiawi, konsisten, dan obyektif yang diarahkan kepada melindungi seluruh aspek hak asasi manusia yang meliputi hak untuk hidup, hak untuk beragama, hak untuk memiliki dan memanfaatkan harta, hak untuk memiliki keturunan, dan hak untuk mengembangkan cita-citanya (Alim, 2006: 112).

#### 6) Budaya

Kebudayaan merupakan suatu totalitas kegiatan manusia yang meliputi kegiatan akal hati dan tubuh yang menyatu dalam suatu perbuatan. Oleh karena itu, secara umum kebudayaan dapat dipahami sebagai hasil akal, budi, cipta rasa, karsa dan karya manusia. Di sini, Islam mengakui bahwa budaya merupakan hasil karya manusia.

Sedang agama adalah pemberian Allah untuk kemaslahatan manusia itu sendiri. Yaitu suatu pemberian Allah kepada manusia untuk

mengarahkan dan membimbing karya-karya manusia agar bermanfaat, berkemajuan, mempunyai nilai positif dan mengangkat harkat manusia. Islam mengajarkan kepada umatnya untuk selalu beramal dan berkarya, untuk selalu menggunakan pikiran yang diberikan Allah untuk mengolah alam dunia ini menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi kepentingan manusia. Dengan demikian, Islam telah berperan sebagai pendorong manusia untuk “berbudaya”. Dan dalam satu waktu Islamlah yang meletakkan kaidah, norma dan pedoman.

Karakteristik Islam dalam bidang kebudayaan bersikap terbuka, akomodatif, tetapi selektif. Dari satu segi Islam terbuka dan akomodatif untuk menerima berbagai masukan dari luar, tetapi bersamaan dengan itu Islam juga selektif, yakni tidak begitu saja menerima seluruh jenis ilmu dan kebudayaan, melainkan yang sejalan dengan Islam (Nata, 1998: 85).

### **C. Analisis Semiotika dan Penerapannya.**

#### **1. Definisi Semiotika**

Semiotika kerap didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari tentang tanda. Segala hal di dunia dapat dibaca sebagai tanda. Perihal tanda sudah ada sejak jaman pra-sejarah (Audifax, 2007: 18). Secara etimologis, kata *semiotik* (istilah yang lazim dikenal di kalangan ilmuwan Eropa Timur, Italia, dan Amerika) atau *semiologi* (istilah yang lazim dikenal kalangan para ilmuwan Eropa, berasal dari kata *semeion* yang berarti tanda (*sign*), atau *seme* yang berarti penafsir tanda (Pateda, 2001: 28), Umberto Eco (Sobur, 2006: 95).

Sedangkan secara *terminologis*, John Lechte menyatakan bahwa semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana tanda-tanda (*sign*) dan berdasarkan pada sistem tanda (*sign system/code*). Semiotik juga dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda Umberto Eco (Sobur, 2006: 95). Vanzoest (1996: 5) mengartikan semiotika sebagai ilmu tanda (*sign*) dan segala yang berhubungan dengannya; cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya. Dari beberapa pendapat tersebut, *semiotik* atau *semiologi*, secara umum dapat didefinisikan sebagai ilmu tentang tanda (*the study of signs and symbols*) atau *a general philosophical theory dealing with the production of signs and symbols as part of code system which are used to communicate information* (Hamidi, 2010: 63).

Ada dua tokoh penting yang perlu dikenal ketika berbicara mengenai tanda dalam perspektif semiotika. Dua tokoh tersebut adalah Ferdinand de Saussure (1857-1913), dan Charles Sander Peirce (1830-1914). Kedua tokoh ini meletakkan dasar pemikiran yang menjadi landasan pengembangan semiotika (Audifax, 2007: 18). Sebenarnya istilah “semiotika” ini diusulkan pertama kali oleh *Lambert*, seorang ahli filsafat Jerman pada abad ke -18 M sebagai sinonim kata logika (Hidajat, 2006: 253).

Bagi Charles Sander Peirce (1830-1914), makna tanda adalah mengemukakan sesuatu. Ia menyebutnya *representamen*. Apa yang

dikemukakan oleh tanda, apa yang diacunya, atau yang ditunjuknya, disebut oleh Peirce dalam bahasa Inggris dengan kata *object*. Selain itu digunakan kata *designatum* atau *denotatum*, yaitu kelas petunjuk. Model semiotik ini dalam literatur bahasa arab memiliki sedikit kesamaan (pengertian) dengan *Ilmu al-Ma'ani* dan *Ilmu al-Bayan*.<sup>1</sup> Dalam *Jawahir al-Balaghah-nya*, Ahmad al-Hasyimi mena'rifi *ilmu ma'ani* (secara harfiah berarti makna/semantik) sebagai "ilmu untuk melacak makna sebuah kata, sehingga menemukan makna yang (mendekati) sebenarnya". Sedangkan pengertian *ilmu bayan* (yang memiliki makna harfiah penjelasan) adalah kaidah untuk menemukan (al-Hasyimi, 1960: 45).

Istilah “tanda” dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dan dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Semiotika meliputi tanda-tanda visual dan verbal serta *tactile* dan *olfactory* (semua tanda atau sinyal yang bisa diakses dan bisa diterima oleh seluruh indera manusia) ketika tanda-tanda tersebut membentuk sistem kode yang secara sistematis menyampaikan informasi atau pesan secara tertulis di setiap kegiatan dan perilaku manusia (Hasan, 2011: 60).

Segala sesuatu dapat menjadi tanda. Tanda itu berada dimana-mana, kata atau kalimat adalah tanda. Demikian juga gerak isyarat, lampu lalu

---

<sup>1</sup> Dalam Islam, dasar-dasar semiotika yang dikemukakan Charles Sander Pierce tersebut ada pada konsep “*dilalah*”, yaitu suatu hal yang dapat membangkitkan adanya petunjuk. Apa yang diacunya atau yang ditunjuknya disebut “*madlul*”. Kedua konsep ini dibahas secara rinci dalam Ilmu Mantiq atau logika, ilmu Ma’ani dan Ilmu Bayan atau semantika Islam, dan ilmu Tafsir. Jadi, belum menjadi ilmu tersendiri. Ia hanya bersifat filosofis yang dititipkan pembahasannya pada ilmu mantiq. Ilmu mantiq disini mempelajari bagaimana orang bernalar, atau bagaimana caranya orang bernalar, atau bagaimana caranya orang bisa berpikir benar. Menurut Peirce, bahwa penalaran itu dilakukan melalui tanda-tanda. Tanda-tanda memungkinkan seseorang berpikir, berhubungan dengan orang lain, dan memberi makna pada apa yang ditampilkan oleh alam semesta (Hidajat, 2006: 253).

lintas, bendera, dan sebagainya. Bahkan bahasa Tuhan pun dapat dikatakan sebagai “tanda” (al-ayat), baik itu yang ada di alam (al-kauniyah) maupun tanda yang ada dalam kitab suci. Struktur karya sastra, struktur film, bangunan, artefact, nyanyian, mode pakaian, atau sejarah dapat dianggap sebagai tanda. Sehingga, menurut C Sanders Peirce, “kita hanya dapat berpikir dengan sarana tanda” (Hidajat, 2006: 130).

Secara garis besar, semiotik kemudian hari berkembang dalam dua muara besar yaitu: semiotika signifikasi dan semiotika komunikasi (Sobur, 2004: vi). Aliran semiotika signifikasi dikembangkan berdasarkan teori-teori penanda dan petanda yang digagas oleh Ferdinand de Saussure. Aliran semiotika ini memandang bahwa semiotika adalah *a science that studies the life of signs whithin society*. Menurut Saussure, tanda-tanda disusun dari dua elemen yang tidak terpisahkan, yaitu aspek citra tentang bunyi (semacam kata atau representasi visual) dan sebuah konsep di mana citra bunyi disandarkan. Elemen pertama disebut dengan penanda, sedangkan elemen yang kedua biasa disebut dengan petanda. Meskipun antara penanda dengan petanda tidak terpisahkan satu sama lain, hubungan antara keduanya bersifat *arbitrer* atau semena-mena, tidak mempunyai hubungan langsung yang bersifat alamiah (Hamidi, 2010: 63).

Aliran yang kedua yaitu semiotika komunikasi yang dikembangkan berdasarkan teori Charles Sander Peirce. Aliran semiotika komunikas ini memandang bahwa semiotika merupakan *the study of patterned human behaviour in communication in all its modes*. Aliran ini memandang bahwa hubungan antara penanda dan petanda dapat dijelaskan melalui tiga

hal, yakni keserupaan, sebab akibat, dan ikatan konvensional. Menurut Pierce, tanda-tanda berkaitan dengan objek-objek yang menyerupainya, disebut dengan “*icon*”, yang berkaitan dengan sebab akibat disebut dengan “*indeks*”, dan yang berkaitan dengan ikatan konvensional disebut dengan “*simbol*” (Hamidi, 2010: 64).

Semiotika menurut Pierce memiliki cakupan yang cukup luas, dan memiliki kedekatan dengan masalah-masalah komunikasi (Umberto Eco, 1976: 5). Semiotika sosial misalnya, melihat kehidupan social, struktur social, kepercayaan-kepercayaan, ritual-ritual, dan interaksi social merupakan dan sangat erat kaitannya dengan bentuk-bentuk komunikasi manusia, yang tidak lain adalah sekumpulan tanda atau teks yang terbuka untuk dibaca. Maka dakwah secara umum dan ceramah dalam batasan yang lebih sempit sangat kaya akan nuansa *semiotic*. Karena, ia merupakan aktivitas komunikasi, dimana seorang komunikator (da'i) menyampaikan pesan-pesannya kepada pendengar (mad'u).

Analisis semiotika merupakan cara atau metode untuk menganalisis dan memberikan makna-makna terhadap lambang-lambang yang terdapat suatu paket lambang-lambang pesan atau teks. Teks yang dimaksud dalam hubungan ini adalah segala bentuk serta sistem lambang baik yang terdapat pada media massa (televisi, media cetak, film, radio, iklan) maupun yang terdapat di luar media massa (karya lukis, patung, candi, fashion show, dan sebagainya). Dengan kata lain, pusat perhatian semiotika adalah pemaknaan terhadap lambang-lambang dalam teks (Pawito, 2007: 156).



Dengan mengamati tanda-tanda yang terdapat dalam sebuah teks (pesan) kita dapat mengetahui ekspresi emosi dan kognisi pembuat teks atau pesan itu, baik secara denotatif, konotatif, maupun mitologis (Manning dan Cullum Swan dalam Sobur, 2004: 122). Metode semiotika tidak dipusatkan pada transmisi pesan, melainkan pada penurunan dan pertukaran makna. Penekanannya terhadap teks dan interaksinya dalam memproduksi dan menerima suatu budaya, difokuskan pada peran komunikasi dalam memantapkan dan memelihara nilai-nilai dan bagaimana nilai-nilai tersebut memungkinkan komunikasi memiliki makna (Fiske, 2011: 148).

## **2. Semiotika Roland Barthes**

Salah satu tokoh terpenting dalam semiotika adalah Roland Barthes. Roland Barthes yang dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang getol mempraktikkan model linguistik dan semiologi Saussuran. Ia juga intelektual dan kritikus sastra Prancis yang ternama; eksponen penerapan strukturalisme dan semiotika pada studi sastra (Sobur, 2004: 63). Roland Barthes lahir tahun 1915 dari keluarga kelas menengah Protestan di Cherbourg, dan dibesarkan di Bayonne, kota kecil dekat pantai atlantik di sebelah barat daya Prancis (Pawito, 2007: 163)

Roland Barthes berpendapat bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu (Sobur, 2004: 63). Semiotika merupakan teori yang digunakan untuk menguraikan tanda, simbol dan lambang kedalam bentuk verbal melalui bahasa. Hal ini diperkuat pendapat Barthes (Alex Sobur,

2004:63) bahwa bahasa merupakan sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dan dalam waktu tertentu. Salah satu area penting yang dirambah Barthes dalam studinya tentang tanda adalah peran pembaca. Meski konotasi merupakan sifat asli tanda, namun butuh peran aktif pembaca agar berfungsi. Dalam pandangannya, Barthes membedakan dua tanda dalam *mythologies*-nya, yaitu tanda konotatif dan tanda denotatif.

Roland Barthes menggunakan istilah denotasi dan konotasi untuk menunjukkan tingkatan-tingkatan makna (Pawito, 2007: 163). Denotasi (*denotation*) adalah hubungan eksplisit antara tanda dengan referensi atau realitas dalam pertandaan, makna denotasi merupakan makna tingkat pertama yang bersifat objektif, yang dapat diberikan terhadap lambang-lambang. Yaitu dengan mengaitkan secara langsung antara lambang dengan realitas, atau gejala yang ditunjuk. sedangkan konotasi (*connotation*) adalah aspek makna yang berkaitan dengan perasaan dan emosi serta nilai-nilai kebudayaan dan ideologi, dengan mengacu pada nilai budaya yang karenanya berada pada tingkatan kedua (Piliang, 2003: 16-18, Pawito, 2007:163). Didalam semiologi Barthes dan para pengikutnya, denotasi merupakan sistem signifikansi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua.

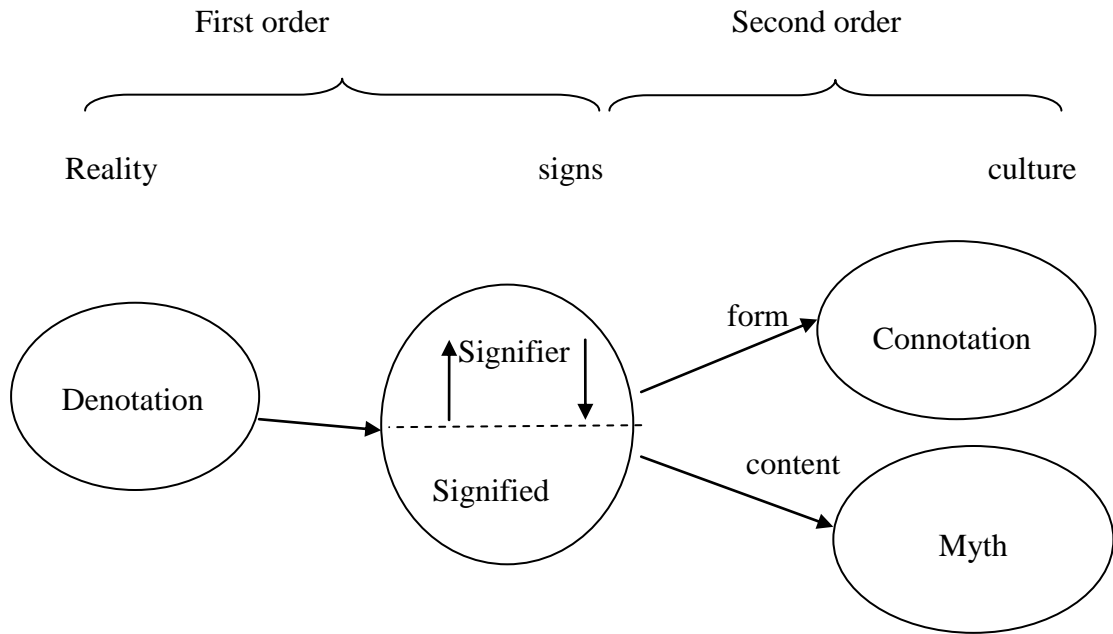
Perbedaan antara denotasi dan konotasi bukan merupakan perbedaan antara signifikansi yang utama dengan signifikansi yang kabur. Pembentuk konotasi adalah kode konotatif yang mendasarinya, sedangkan ciri kode

konotatif adalah fakta bahwa signifikasi kedua secara konvensional bersandar pada signifikasi pertama (Umberto Eco, 2009:78).

Dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan, namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaanya. Barthes juga berpendapat, konotasi identik dengan operasi ideologi yang disebut sebagai “mitos”, dan berfungsi untuk mengungkap dan memberi kebenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu (Alex Sobur, 2004:71).

Selanjutnya Barthes menggunakan beberapa teori yang dikembangkan menjadi teori tentang metabahasa dan konotasi. Istilah signifiant menjadi ekspresi (E) dan signifie menjadi isi (C). Namun antara E dan C harus ada relasi (R), sehingga membentuk tanda (sign). Hal lain yang menarik dari semiotika Barthes adalah, digunakanya istilah mitos. Yaitu rujukan yang bersifat kultural dan digunakan untuk menjelaskan realitas, yang pada dasarnya adalah makna konotatif dari lambang yang ada dengan mengacu pada sejarah (Pawito, 2007:164).

Untuk memahami makna, Roland Barthes membuat sebuah model sistematis dimana fokus perhatian Barthes lebih tertuju kepada gagasan tentang signifikasi dua tahap (*two order of signification*) yang digambarkan sebagai berikut:



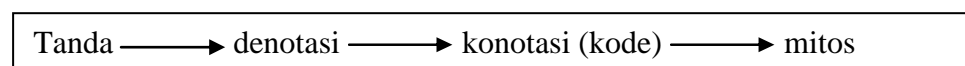
Gambar 1. Signifikasi Dua Tahap Roland Barthes

Sumber: John Fiske. 1990. *Introduction to Communication Studies*, 2<sup>nd</sup> Edition. London: Routledge, hlm. 88.

Menurut Roland Barthes, yang dikutip Fiske dari gambar tersebut menjelaskan bahwa signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) di dalam sebuah tanda realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembicara serta nilai-nilai dari kebudayaan. Konotasi mempunyai makna yang subyektif atau paling tidak inter-subyektif. Dengan kata lain, denotasi adalah apa yang telah digambarkan tanda terhadap sebuah obyek, sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarkannya (Fiske, 1990: 88).

Inti teori semiotika Roland Barthes sebenarnya menyangkut pada dua tingkatan signifikasi. Tingkatan pertama adalah denotasi, yakni relasi antara penanda dan petanda dalam sebuah tanda, serta tanda dengan acuannya dalam realitas eksternal, dan ini menunjukkan pada *common sense* atau makna tanda yang nyata. Tingkatan kedua adalah bentuk, konotasi, mitos, dan simbol. Tingkat signifikasi terakhir ini dapat menjelaskan bagaimana mitos-mitos dan ideologi beroperasi dalam teks melalui tanda-tanda (Roland Barthes, dalam Ardiansyah, 2012: 13).

Selain itu, Roland Barthes juga melihat makna yang lebih dalam tingkatannya, akan tetapi lebih bersifat konvensional, yaitu makna-makna yang berkaitan dengan *mitos*. *Mitos*, dalam pemahaman semiotika Roland Barthes, adalah pengkodean makna dan nilai-nilai sosial (yang sebetulnya arbiter atau konotatif) sebagai sesuatu yang dianggap alamiah. Piliang (2003) menjelaskan tingkatan tanda makna Roland Barthes dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Tingkatan tanda dan makna Barthes (Piliang, 2003)

Menurut Roland Barthes, bahasa membutuhkan kondisi tertentu untuk dapat menjadi mitos, yaitu yang secara semiotis dicirikan oleh hadirnya sebuah tataran signifikansi yang disebut sebagai sistem semiologis tingkat kedua (Budiman, 2011: 38). Makna konotatif dari beberapa tanda akan menjadi semacam mitos atau petunjuk mitos (yang menekankan makna-makna tersebut) sehingga dalam banyak hal (makna) konotasi menjadi perwujudan mitos yang sangat berpengaruh (Berger,

2010:65). Bila konotasi merupakan pemaknaan tatanan kedua dari penanda, mitos merupakan pemaknaan tatanan kedua dari petanda.

Roland Barthes menyebut fenomena ini membawa tanda dan konotasinya untuk membagi pesan tertentu sebagai penciptaan mitos. Pengertian mitos di sini tidaklah menunjuk pada mitologi dalam pengertian sehari-hari seperti halnya cerita-cerita tradisional,<sup>2</sup> melainkan sebuah cara pemaknaan; dalam bahasa Barthes: tipe wicara. Pada dasarnya semua hal dapat menjadi mitos; satu mitos timbul untuk sementara waktu dan tenggelam untuk waktu yang lain karena digantikan oleh pelbagai mitos lain. Mitos menjadi pegangan atas tanda-tanda yang hadir dan menciptakan fungsinya sebagai penanda pada tingkatan yang lain (Hermawan, 2007).

Sementara Sudibyo (Sobur, 2003: 224) menyatakan bahwa Barthes mengartikan *mitos* sebagai “cara berpikir kebudayaan tentang sesuatu, sebuah cara mengkonseptualisasikan atau memahami sesuatu hal. Barthes menyebut mitos sebagai rangkaian konsep yang saling berkaitan”. Mitos adalah sistem komunikasi, sebab ia membawakan pesan. Mitos tidak hanya berupa pesan yang disampaikan dalam bentuk verbal (kata lisan maupun tulisan), namun juga dalam berbagai bentuk lain atau campuran antara verbal dan nonverbal. Misalnya dalam bentuk film, lukisan, iklan, fotografi, dan komik.

Menurut Pawito (2007: 164), mitos berfungsi sebagai deformasi dari lambang yang kemudian menghadirkan makna-makna tertentu dengan

---

<sup>2</sup> Dalam bahasa sehari-hari mitos merupakan sebuah kepercayaan yang dianut oleh masyarakat tertentu. Mitos sering kali dipercaya karena pemikiran yang dibangun oleh para pendahulunya, dan masyarakat percaya mitos akan terjadi jika sesuatu telah mereka langgar.

berpijak pada nilai-nilai sejarah dan budaya masyarakat. Banyak hal yang di luar (atau tepatnya dibalik) lambang (atau mungkin bahasa) harus dicari untuk dapat memberikan makna-makna terhadap lambang-lambang, dan inilah yang disebut mitos.

Mitos merupakan sistem semiologis tingkat kedua. Apa yang terjadi seolah karena mitos memindahkan sistem formal penandaan pertama lebih tersingkir. Didalam mitos, istilah pertama dan istilah kedua benar-benar manifes, atau tidak seperti apa yang terjadi dalam sistem semiologis lainnya. Mitos tidak selalu dapat dipertanggung jawabkan akan kebenarannya, karena mitos tidak bisa menjadi sebuah ide atau konsep.

Terdapat tiga pola dimensi dalam mitos, yaitu penanda, petanda dan tanda. Menurut Roland Barthes di dalam teks setidaknya beroperasi lima kode pokok yang didalamnya semua penanda tekstual (baca leksia) dapat dikelompokkan. Setiap atau masing-masing leksia dapat dimasukkan kedalam salah satu dari lima buah kode ini. Tentang cara kerjanya mengenai kode. Ada lima kode yang ditinjau Barthes (Lechte dalam Sobur, 2003: 65-66), yaitu:

1. Kode *hermeneutik* (kode teka-teki), yang berkisar pada harapan pembaca untuk mendapatkan "kebenaran" bagi pertanyaan yang ada dalam teks.
2. Kode *semik* (makna konotatif), banyak menawarkan banyak sisi. Pembaca menyusun tema suatu teks.
3. Kode *simbolik* merupakan aspek pengkodean fiksi yang paling khas bersifat struktural.

4. Kode *proaretik* (kode tindakan), sebagai perlengkapan utama teks yang dibaca orang, artinya semua teks bersifat naratif.
5. Kode *gnomik* (kode kultural), merupakan acuan teks ke benda-benda yang sudah diketahui oleh budaya.

Selanjutnya, walaupun Barthes berangkat dari paradigma linguistik, Barthes mampu mengembangkan Semiotik menjadi pendekatan ilmiah dalam membaca proses pemaknaan sistem tanda visual pada media massa, sebagai satu sistem tanda yang paling dominan di era komunikasi modern. Selain itu, Barthes menempatkan proses pembacaan makna dalam sistem pertandaan tersebut sebagai kritik ideologis terhadap dominasi kelas tertentu dalam susunan masyarakat borjuis. Barthes mencoba dan berhasil menempatkan semiotik sebagai salah satu metode ilmiah yang kontekstual dengan kondisi zaman, bukan sekedar metode yang steril (Adityawan, 2008: 12).

### **3. Relasi antara makna denotasi, konotatif, dan makna majaz**

Dalam ilmu bahasa, kita mengenal adanya makna kata hakiki, makna majaz, makna denotasi, dan makna konotasi, dalam suatu kata tertentu. Sebuah makna denotatif dan konotatif berhubungan erat dengan penggunaan makna majaz.

Dalam kamus bahasa Indonesia makna hakiki adalah suatu lafadz yang digunakan pada makna aslinya, atau makna yang sebenarnya. Sedangkan makna *majaz* adalah kata yang digunakan pada makna yang bukan makna aslinya, atau cara melukiskan sesuatu dengan jalan



menyamakan sesuatu yang lain atau kiasan (Suharno dan Retnoningsih, 2012: 165).

Keraf (2007: 113) mendefinisikan majaz/gaya bahasa sebagai cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepripadian penutur. Majaz memungkinkan seseorang dapat menilai pribadi, watak, dan kemampuan seseorang.

Penggunaan makna majaz sebagaimana contoh; semisal kita katakan sebuah kata tertentu dan kita ambil contoh kata “singa”. Dari kata singa ini kita bisa pahami dua makna. Secara haqiqi singa berarti salah satu jenis hewan buas, sebagaimana yang sudah dipahami oleh kita. Namun secara *majaz*, kata “singa” bisa kita artikan sebagai orang laki-laki yang pemberani. Di antara kaidah ushul fiqh yang berlaku dalam hal ini, seperti dikemukakan Ali Hasaballah, adalah apabila suatu lafal mengandung kebolehdjian arti hakikat dan arti majazi-nya, maka yang didahulukan adalah pengertian hakikatnya, kecuali ada indikasi yang menunjukkan pengertian majazi-nya itu. Hal itu mengingat bahwa pengertian aslinya adalah makna hakikatnya. Oleh sebab itu, selama tidak ada indikasi yang menunjukkan kepada pengerian majaz, maka suatu lafal harus diartikan dengan makna hakikatnya (Efendi, 2005: 230).

Al-Jahizh merupakan orang yang pertama kali menggunakan istilah majaz sebagai bagian bentuk denotatif (haqiqah), Ibnu Qutaibah (w. 276 H) terpengaruh oleh pemikiran al-Jahizh, yang telah memberikan batasan segi-segi majas dan berpendapat;

Majas meliputi peminjaman kata atau ungkapan (*isti'arah*), perumpamaan (*tamtsil*), pembalikan (*qalb*), pendahuluan (*taqdim*),

pengakhiran (*ta'khir*), pembuangan (*hadzf*), pengulangan (*tikrar*), penyembunyian (*ikhfa'*), penampakkan (*idzhar*), kata tunggal (*mufrad*) untuk maksud jamak, kata jama' untuk maksud tunggal, kata tunggal dan jama' untuk makna dua orang, kata khusus untuk makna umum, kata umum untuk makna khusus, dan lain-lain (Zaid, 2003; 136).

Semua itu adalah fenomena gaya bahasa yang menunjukkan adanya perubahan dalam penunjukan kata dan keluar dari penunjukan makna kata yang lazim. Yang paling penting di sini adalah merumuskan metode-metode tersebut di kalangan para mufassir sejak Ibn Abbas sampai Jahizh dan Ibn Qutaibah (Zaid, 2003; 137).

Dalam kaidah linguistik, makna denotatif adalah makna asli, makna asal, atau makna sebenarnya yang dimiliki oleh sebuah leksem. Sedangkan makna konotatif adalah makna lain yang “ditambahkan” pada makna denotatif yang berhubungan dengan nilai rasa dari orang atau kelompok orang yang menggunakan kata tersebut. Berkenaan dengan makna konotasi ini, satu hal yang harus anda ingat adalah bahwa konotasi sebuah kata bisa berbeda antara seseorang dengan orang, antara satu dengan daerah yang lain, atau antara satu masa dengan masa yang lain (Chaer, 1994: 292).

Antara makna denotatif dan konotatif berhubungan erat dengan penggunaan makna majaz. Korelasi antara makna tersebut merupakan bentuk dari fenomena gaya bahasa yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi pembicara dalam penggunaan yang melingkupinya.

Dalam kerangka Saussuran, bahasa Indonesia dilihat sebagai kompleks tanda-tanda (*signs*). Tanda mengandung dua unsur yang tidak terpisahkan yakni penanda atau bentuk (*signifiant*) dan petanda atau makna (*signifie*). Penanda dalam definisi dasar bahasa adalah citra tentang bunyi-

bunyi. Citra bunyi itu berkembang menjadi tulisan yang berbentuk huruf-huruf, kata-kata, kalimat, sekumpulan kalimat, atau bahkan gambar atau *ikon*. Roland Barthes menyebut penanda sebagai *expression* (ekspresi, pengungkapan), sedangkan petanda disebut *conten* atau isi. Jadi bahasa pada hakekatnya terdiri dari dua unsur: penanda (ekspresi) dan petanda (isi). Masih menurut Barthes, hubungan antara penanda dan petanda itu terwujud dalam dua jenis relasi, yaitu relasi primer atau sistem primer (yang berlandaskan konvensi dasar dalam suatu komunitas bahasa, atau denotatif) dan relasi sekunder atau sistem sekunder (yang merupakan pengembangan sistem primer ke arah ekspresi atau ke arah isi oleh satu atau sebagian dari komunitas bahasa, atau konotatif) (Noorsalim dan Wijoyo, 2004: 17).

Berkaitan dengan konsep Barthes tersebut, seseorang atau sekelompok warga masyarakat dapat mengungkapkan isi yang sama dengan ekspresi yang berbeda-beda, atau ia/mereka dapat memberikan (isi) makna yang berbeda pada ekspresi yang sama. Perkembangan ke arah isi ini disebutnya sebagai konotasi. Apabila sejumlah konotasi menjadi mapan dan mantap, dapat membentuk mitos (makna yang khusus dan tetap suatu ekspresi tertentu). Jika mitos makin permanen, dijadikan pedoman dalam pemaknaan maka terbentuklah suatu ideologi (Noorsalim dan Wijoyo, 2004: 17).

Lebih jauh lagi, Roland Barthes tampaknya menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan

diharapkan oleh penggunanya. Sehingga gagasannya dikenal dengan “*order of signification*” (Kriyantono, 2006: 272). Tata pertandaan (*order of signification*) ini terdiri dari:

- a. *Denotasi*, adalah makna kamus dari sebuah kata atau terminologi atau objek. Ini adalah deskripsi dasar. Makna denotatif dari “Big Mac” adalah sandwich yang dibuat oleh McDonalds yang dimakan dengan saus.
- b. *Konotasi*, adalah makna-makna kultural yang melekat pada sebuah terminologi. “Big Mac” dari McDonalds diatas dapat mengandung makna konotatif bahwa orang-orang Amerika itu identik dengan makanan cepat saji, keseragaman, mekanisasi makanan, kekurangan waktu, tidak tertarik masak.
- c. *Metafora*, adalah mengomunikasikan dengan analogi. Mislanya, metafora yang didasarkan pada identitas: “cintaku adalah mawar merah”. Artinya, mawar merah digunakan untuk menganalogikan cinta.
- d. *Simile*, adalah subkategori metafor dengan menggunakan kata-kata “seperti”. Contohnya; cintaku seperti mawar merah.
- e. *Metonimi*, adalah mengomunikasikan dengan asosiasi. Asosiasi dibuat dengan cara menghubungkan sesuatu yang kita ketahui dengan sesuatu yang lain. Contoh: Mobil Roll-Royce diasosiasikan dengan “kekayaan”, karena kita tahu bahwa harga mobil tersebut sangat mahal.

- f. *Synecdoche*, adalah subkategori metonimi yang memberikan makna (keseluruhan atau sebaliknya). Artinya, sebuah bagian digunakan untuk mengasosiasikan keseluruhan bagian tersebut. Contoh Gedung Putih identik dengan “kepresidenan Amerika”.
- g. *Intertextual*, adalah hubungan antarteks (tanda) dan dipakai untuk memperlihatkan bagaimana teks saling bertukar satu dengan yang lain, sadar ataupun tidak sadar. Parodi merupakan contoh intertextual di mana sebuah teks (perilaku seseorang misalnya) meniru perilaku orang lain dengan maksud humor (Kriyantono, 2006: 273).

#### **4. Semiotika Dakwah dan Fungsinya**

Kata semiotika dan dakwah merupakan kata yang berbeda dari segi bentuk, makna dan ruang lingkupnya. Meskipun dalam sudut pandang ilmu komunikasi semiotika dan dakwah sama-sama termasuk di dalamnya. Semiotika sebagai ilmu tentang tanda, menyediakan sekumpulan asumsi dan konsep-konsep yang memungkinkan suatu analisis system symbol secara sistematis. Meskipun semiotika pada mulanya merupakan kajian bahasa, akan tetapi bahasa hanyalah merupakan salah satu diantara sekian banyak system tanda (Muhammad, 2003: 210).

Model analisis semiotika mencakup teori kode dan teori produksi tanda yang akan menjelaskan rentang fenomena yang sangat luas. Beberapa contoh yang dapat diteliti menggunakan teori semiotika adalah pemakaian bahasa secara umum, komunikasi estetis, tindakan komunikasi interaksional, pemakaian tanda untuk menyebut sesuatu hingga keadaan dunia (Eco, 2009:1). Secara singkat kita dapat menyatakan bahwa analisis

semiotik merupakan cara atau metode untuk menganalisis dan memberikan makna-makna terhadap lambang-lambang yang terdapat suatu paket lambang-lambang pesan atau teks.<sup>3</sup>

Fokus perhatian semiotika pada kajian komunikasi adalah menggali apa yang tersembunyi di balik teks/bahasa. Terobosan penting dalam semiotika adalah digunakannya *linguistik* sebagai model untuk diterapkan pada fenomena lain di luar bahasa. ‘Tanda’ dan ‘hubungan’ kemudian menjadi kata-kata kunci di dalam analisis semiotika. Usaha-usaha menggali makna teks harus dihubungkan dengan aspek-aspek lain di luar bahasa itu sendiri atau sering juga disebut sebagai konteks. Teks dan konteks menjadi dua kata yang tak terpisahkan, keduanya berkelindan membentuk makna. Sebagai sebuah metode, semiotika bersifat *interpretatif*, dan konsekuensinya sangat subyektif (Stoke, 2003: 78).

Sementara dakwah adalah suatu aktivitas atau usaha *amar ma'ruf-nahi mungkar*, merealisasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari atau proses transformasi nilai-nilai Islam dan usaha mengajak kepada kondisi masyarakat yang lebih maju, modern, sejahtera, bahagia, makmur dan islami. Sebagai proses transformasi nilai-nilai ajaran islam yang dilakukan oleh seorang da'i (subyek dakwah, komunikator) terhadap orang lain (sasaran dakwah) melalui suatu proses interaksi, interelasi, dan interkomunikasi. Dakwah juga dapat dipahami sebagai proses komunikasi

---

<sup>3</sup> Teks yang dimaksud dalam hubungan ini adalah segala bentuk serta sistem lambang baik yang terdapat pada media massa (seperti berbagai paket tayangan televisi) maupun yang terdapat diluar media massa (seperti karya lukis, patung, monumen). Urusan analisis semiotik adalah melacak makna-makna yang diangkut dengan teks yang berupa lambang-lambang. Dengan kata lain, pemaknaan terhadap lambang-lambang dalam teks yang menjadi pusat perhatian analisis semiotik (Pawito, 2007: 156).

(tabligh). Komunikasi itu dapat terjadi secara lisan, maupun tulisan. Cara komunikasinya juga bisa bermacam-macam, bisa langsung maupun tidak langsung.

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak akan bisa lepas dari peran komunikasi. Menurut Stewart L Tubbs dan Sylvia Moss (Deddy Mulyana, 2001:69) komunikasi merupakan proses pembentukan makna diantara dua orang atau lebih. Komunikasi digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan, baik yang bersifat verbal ataupun non verbal. Dalam model komunikasi Laswell disebutkan, komunikasi dapat berlangsung jika unsur-unsurnya terpenuhi yaitu; komunikator, pesan, media, komunikan dan efek (Sumartono, 2004:4).

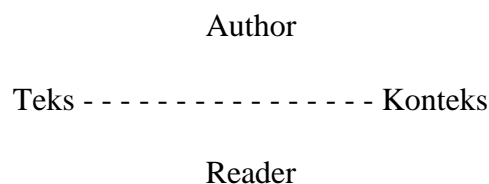
Salah satu prinsip komunikasi adalah sebagai proses pertukaran simbolik. Susanne K. Langer (Mulyana, 2001: 83) mengungkapkan, salah satu kebutuhan pokok manusia adalah kebutuhan simbolisasi atau penggunaan lambang. Berdasarkan kesepakatan sekelompok orang, simbol digunakan untuk menunjukkan sesuatu. Simbol merupakan tanda atau ciri yang memberitahukan suatu hal kepada seseorang. Simbol memiliki sifat sembarang dan tidak terikat, tergantung ide dan fikiran yang terbentuk. Menurut pandangan Ogden dan Richards (Sobur, 2004: 159) simbol memiliki hubungan asosiatif dengan gagasan atau referensi serta referen atau dunia acuan.

Proses penyampaian simbol dapat dilakukan melalui berbagai level komunikasi, salah satunya di level komunikasi massa. Dalam pengertiannya, komunikasi massa merupakan proses penyampaian pesan

yang dikomunikasikan melalui media masa kepada sejumlah besar orang. Dalam komunikasi massa, proses menyampaikan simbol dapat dilakukan melalui acara talkshow di televisi.

Media televisi salah satu media yang sangat penting bagi kegiatan dakwah. Karena disamping efektif dan efisien juga mempunyai banyak paket acara yang biasa ditayangkan. Informasi keagamaan dapat ditonton oleh masyarakat diluar Islam. Mereka akan bisa menikmati mimbar agama Islam atau nilai-nilai Islam tanpa harus berkunjung ke masjid atau datang ke pengajian. Televisi merupakan sarana yang efektif dalam pengembangan dakwah Islamiyah.

Analisis semiotik ini berfikir dengan menggunakan simbol atau tanda sebagai titik tolaknya. Simbol atau tanda disini diartikan sebagai tulisan, teks, ucapan yang mempunyai makna. Dalam analisisnya, tayangan program di televisi (ceramah agama, sinetron, film, talkshow, dll) dilihat sebagai sebuah teks, tanda, symbol dan pesan komunikasi. Hubungan antara tayangan (pembicara) dan audiens akan dilihat sebagai relasi antara author (yang memproduksi teks) dan reader atau pembaca (termasuk dalam pengertian ini juga penonton/audien). Selanjutnya ketiga unsur tersebut dilihat dalam konteks yang membangunnya (Muhammad, 2003: 211). Dengan demikian relasi unsur-unsur pembangun semiotika dakwah tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:





Selanjutnya, dalam proses interpretasi keempat unsur tersebut menghasilkan pola sirkular antara tanda (sign), petanda (signifie) dan penanda (significant). Sehingga yang menjadi tanda tidak terbatas pada teks saja, meskipun ia memang berperan sebagai tanda pokok, akan tetapi tanda dapat pula dihasilkan dari relasi masing-masing unsur dengan unsur yang lain.

Setiap program tayangan televisi adalah teks, yang memberikan makna-makna tertentu. Semiotika dakwah disini bukan sesuatu yang mencoba untuk mendesain format dakwah di televise dengan menggunakan semiotika. Melainkan, sebagai kajian tentang peran analisis semiotika sebagai pendekatan (pisau bedah) dalam memahami makna, nilai dan pesan dakwah yang terkandung dalam paket program yang ditayangkan di televisi. Semiotika dakwah bermaksud untuk menggunakan analisis semiotika sebagai analisis untuk memberikan makna-makna yang merepresentasikan pesan-pesan dakwah pada paket tayangan program di televisi. Tanda dan simbol-simbol dakwah telah banyak ditemukan pada paket program tayangan televisi (film, sinetron, talkshow, iklan, dll).

Setidaknya, terdapat 3 hal yang akan menjadi pertimbangan dalam penafsiran tanda yang akan dilakukan dalam paket tayangan di televisi, dari segi teknis sebagai berikut:

1. Audio; dialog dan *sound effect* (bunyi-bunyian yang digunakan untuk melatarbelakangi adegan). Dialog disini adalah bahasa tutur atau pesan pada komunikator yang diucapkan secara lisan. Bahasa tutur

komunikator senantiasa persuasif, mudah dimengerti dan memiliki amanat penting yang tersirat dalam pesan yang disampaikan. Hal tersebut bertujuan agar khalayak mengerti akan pesan yang disampaikan komunikator.

2. Visual; *Angle*, *Lighting*, Teknik pengambilan gambar, dan *Setting*.

a) *Angle*, dibedakan menurut karakteristik dari gambar yang dihasilkan ada 3 yaitu:

- a. *Straight Angle*, yaitu sudut pengambilan gambar yang normal, biasanya ketinggian kamera setinggi dada dan sering digunakan pada acara yang gambarnya tetap. Mengesankan situasi yang normal, bila pengambilan *straight angle* secara *zoom in* menggambarkan ekspresi wajah obyek, sedangkan pengambilan *straight angle* secara *zoom out* menggambarkan secara menyeluruh ekspresi gerak tubuh dari obyek.
- b. *Low Angle*, yaitu sudut pengambilan gambar dari tempat yang letaknya lebih rendah dari obyek.
- c. *High Angle*, yaitu sudut pengambilan gambar dari tempat yang lebih tinggi dari obyek.

b) Pencahayaan/*Lighting* adalah tata lampu dalam film. Ada dua macam pencahayaan yang dipakai dalam produksi yaitu *natural light* (matahari) dan *artificial light* (buatan), misalnya lampu.

c) Teknik pengambilan gambar. Proses perlakuan kamera ini akan mempengaruhi hasil gambar yang diinginkan. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan beberapa kerangka dalam perlakuan

kamera yang ada, yakni: *Full Shot* (seluruh tubuh); *Long Shot Setting* dan karakter lingkup dan jarak; *Medium Shot* (bagian pinggang ke atas); *Close up* (hanya bagian wajah); *Pan up/frog eye* (kamera diarahkan ke atas). Film dengan teknik ini menunjukkan kesan bahwa obyek lemah dan kecil; *Pan down/bird eye* (kamera diarahkan ke bawah). Teknik ini menunjukkan kesan obyek sangat agung, berkuasa, kokoh dan berwibawa; *Zoom in/out Focallength* ditarik ke dalam observasi/fokus.

- d) *Setting*, yaitu tempat atau lokasi untuk pengambilan sebuah visual dalam film (Berger, 2010).

### 3. Aspek perilaku pembentuk tanda

Bahasa tubuh atau gestur adalah setiap gerakan yang dimaksud untuk mengirimkan tanda visual (visual sign) kepada orang lain. Pesan gestura menunjukkan gerakan sebagian anggota badan seperti mata dan tangan untuk mengkomunikasi berbagai makna. Selain body language, gestura juga meliputi ekspresi wajah. Gerak tubuh dikenal dengan istilah kinesik. Gestures merupakan bentuk perilaku nonverbal pada gerakan tangan, bahu, jari-jari. Kita sering menggunakan gerakan anggota tubuh secara sadar maupun tidak sadar untuk menekankan suatu pesan. Ekspresi wajah meliputi pengaruh raut wajah yang dipergunakan untuk berkomunikasi secara emosional atau bereaksi terhadap suatu pesan. Wajah setiap orang selalu menyatakan hati dan perasaannya. Wajah ibarat cermin dari pikiran, dan perasaan. Melalui wajah orang juga bisa membaca makna suatu pesan. Ekspresi wajah pada seorang komunikator tidak begitu banyak yang

nampak namun begitu menonjol karena hal ini dipengaruhi oleh emosi dan suasana hati dari komunikator. Gestura ini termasuk dalam bagian komunikasi nonverbal (Rahmat, 1998: 286)

Gestur dapat dibagi menjadi dua berdasarkan motivasi pelakunya, yakni kategori primer yang berarti bahasa tubuh yang semata-mata dikirim tanpa pesan lain, contohnya lambain tangan. Kedua adalah kategori insidental yang berarti gerak mekanis yang mengandung pesan sekunder, misalnya gerak orang bersin yang mengirim pesan bermakna “jangan dekati saya” (Morris (1977); dalam Adityawan 2008: 42-43).

Selanjutnya Morris mengklasifikasi enam jenis gestur primer. Pertama *ekspresif*, misalnya gerak diakibatkan oleh kemarahan atau ketakutan. Termasuk di dalam jenis itu adalah *gestikulasi*, gerak spontan tanpa sadar yang dilakukan seseorang yang ingin menekankan kata yang diucapkan. Kedua, *mimik* yang yaitu ketika mengirim pesan melalui imitasi atau peniruan terhadap berbagai hal termasuk gerak orang, benda mati, suasana, dan hewan. Ketiga, *skematik* yang meniru sebagian kecil dari identitas yang ditiru, dan merupakan bentuk sederhana dari *gestur* mimik. Keempat, *simbolik* yakni gerak abstrak yang tidak memiliki kesamaan dengan dunia objek atau gerak. Kelima, *teknikal* yaitu rangkaian *gestur* untuk keperluan teknis dilingkungan profesi tertentu. Keenam, *terkode* yaitu gerak yang dikodekan sebagai bagian dari sistem tanda yang saling merangkai secara kompleks (Novita, 2012: 46-47)

Unsur-unsur tanda tersebut merupakan sebuah ekspresi mengungkapkan tanda atau simbol pesan-pesan dakwah dalam suatu paket

tayangan dengan tujuan mengajak kepada kebaikan dan melarang kepada keburukan (*amar ma'ruf nahi munkar*) yang sesuai dengan apa yang ada dalam Alquran dan hadits, mengikuti petunjuk Allah Swt. dan Rasulullah Saw. agar manusia mendapat kebaikan di dunia dan akherat.

Pesan merupakan keseluruhan daripada apa yang disampaikan oleh komunikator (Widjaja, 1993: 14). Pesan disampaikan dalam bentuk simbol, baik verbal (lisan) atau nonverbal (non-lisan). Simbol lisan adalah kata-kata, sedangkan simbol nonverbal adalah apa yang anda sampaikan dengan nada suara atau gerak fisik (*gestures*) seperti gerak mata, ekspresi wajah, menggapaikan tangan, memainkan jari-jemari atau sikap badan (*postures*) dan penampilan (*appearance*), atau isyarat, seperti membunyikan alat atau menunjukkan warna (Hidayat, 2006: 43).

Simbol-simbol dakwah seperti kutipan ayat-ayat Alquran (potongan ayat-ayat Alquran), kutipan hadits, praktek keagamaan (wudhu, shalat), kostum muslim dan muslimah (peci, jilbab), setting tempat-tempat ibadah (masjid, mushola), dan tanda-tanda non verbal lainnya. Selanjutnya symbol-simbol yang terdapat dalam tayangan program televisi ini menjadi alat untuk memperlihatkan hubungan komunikasi antara unsur-unsur dakwah. Analisis semiotic ini berusaha untuk memahami makna-makna dari tanda-tanda yang tersembunyi atau yang kurang jelas pada program tayangan di televisi. Dengan mengamati tanda-tanda yang terdapat dalam sebuah teks (pesan) kita dapat mengetahui ekspresi emosi dan kognisi pembuat teks atau pesan itu, baik secara denotatif, konotatif, maupun mitologis (Manning dan Swan, dalam Sobur, 2004: 122).

Semiotika dakwah dalam tulisan ini, bukan sesuatu yang mencoba untuk mendesain format dakwah di televisi dengan menggunakan semiotika. Melainkan, sebagai kajian tentang peran analisis semiotika sebagai pendekatan (pisau bedah) dalam memahami makna, nilai dan pesan dakwah yang terkandung dalam paket program yang ditayangkan di televisi.

Paket tayangan dakwah dapat berupa program sinetron, film, iklan, talkshow, dan lain sebagainya yang di dalamnya terdapat tanda-tanda yang berkaitan dengan simbol-simbol dakwah. Contoh tayangan tersebut antara lain; *Yusuf Mansur di AnTv*, *Mamah dan AA di Indosiar*, *Islam itu Indah di Trans Tv*, *Damai Indonesiaku di Tv One*, *Rahasia Ilahi*, dan masih banyak tayangan religi dan non religi yang bersifat umum yang telah merepresentasikan tanda dan simbol-simbol dakwah.

Untuk itu, semiotika dakwah dalam tulisan ini tidak lain bermaksud untuk menggunakan analisis semiotika sebagai analisis untuk memberikan makna-makna yang merepresentasikan pesan-pesan dakwah pada paket program tayangan dakwah di televisi. Sehingga, membaca dan menganalisis dengan cara semiotika akan membantu kita mendapatkan makna yang lebih dalam untuk melampaui teks yang tersirat, yang tersembunyi dibalik teks, secara eksplisit maupun implisit pada setiap paket tayangan dakwah di televisi.

## **5. Aplikasi Semiotika dalam Paket Tayangan Dakwah di Televisi**

Ada sejumlah bidang terapan semiotika. Pada prinsipnya jumlah bidang terapan semiotika tidaklah terbatas. Bidang semiotika ini sendiri bisa

berupa proses komunikatif yang tampak lebih alamiah dan spontan hingga pada sistem budaya yang lebih kompleks. Umberto Eco (1979: 9-10; Berger, 2010: 118) mengungkapkan ada sembilan belas bidang yang bisa dipertimbangkan sebagai bahan kajian ilmiah semiotika<sup>4</sup>, antara lain: Semiotika binatang; tanda-tanda bauan; komunikasi rabaan; kode-kode perasaan; paralinguistik; semiotika medis; kinesik dan proksemik; kode-kode musik; bahasa-bahasa yang diformalkan; bahasa tertulis, alfabet tidak dikenal, kode rahasia; bahasa alam; komunikasi visual; sistem objek; struktur alur; teori teks; kode-kode budaya; teks estetik; komunikasi massa; dan retorika.

Semiotika pada komunikasi, bidang terapannya tidak terbatas. Ada beberapa contoh aplikasi semiotika di antara sekian banyak pilihan kajian semiotika dalam domain komunikasi antara lain: media, periklanan, tanda nonverbal, film, komik-kartun-karikatur, sastra, dan musik. Semiotika untuk studi media massa tidak hanya terbatas sebagai kerangka teori, namun sekaligus juga bisa sebagai metode analisis (Sobur, 2004: 114).

Semiotika dakwah merupakan sebuah kajian yang lebih menitik beratkan pada peran analisis semiotika terhadap paket tayangan di televisi yang merepresentasikan pesan-pesan dakwah. Paket tayangan dakwah dapat berupa program sinetron, film, iklan, talkshow, dan lain sebagainya yang di dalamnya terdapat tanda-tanda yang berkaitan dengan simbol-simbol dakwah.

---

<sup>4</sup> Menurut Umberto Eco (1979: 9), setiap tindakan untuk berkomunikasi dengan atau antar makhluk hidup menuntut syarat bahwa suatu sistem penandaan menjadi suatu kondisi yang dibutuhkan. Maka, seluruh komunikasi antar umat manusia bersifat terbuka bagi analisis semiotika atau semiologi.

Penggunaan metode semiotika dilakukan dengan langkah-langkah menentukan penanda (signifier) dalam teks, kemudian data yang telah diperoleh dihubungkan dengan teori yang ada dan diinterpretasikan dalam perspektif budaya yang dipengaruhi situasi sosial, budaya, dan politik. Dengan mengamati tanda-tanda yang terdapat dalam sebuah teks (pesan) kita dapat mengetahui ekspresi emosi dan kognisi pembuat teks atau pesan itu, baik secara denotatif, konotatif, maupun mitologis (Manning dan Swan, dalam Sobur, 2004: 122). Metode semiotika tidak dipusatkan pada transmisi pesan, melainkan pada penurunan dan pertukaran makna. Penekanannya terhadap teks dan interaksinya dalam memproduksi dan menerima suatu budaya, difokuskan pada peran komunikasi dalam memantapkan dan memelihara nilai-nilai dan bagaimana nilai-nilai tersebut memungkinkan komunikasi memiliki makna (Fiske, 2011: 148).

Secara umum tahapan penelitian (riset) semiotika tidak berbeda dengan riset lainnya. Berikut ini langkah-langkah umum yang bisa dijadikan pedoman, antara lain: Mencari topik yang menarik perhatian, membuat pertanyaan penelitian yang menarik (mengapa, bagaimana, di mana, apa?), menentukan alasan dari penelitian, merumuskan tesis penelitian dengan mempertimbangkan tiga langkah sebelumnya (topik, tujuan, dan alasan), menentukan metode pengolahan data (kualitatif/semiotika), mengklasifikasi data: identifikasi teks, berikan alasan mengapa teks tersebut dipilih dan perlu diidentifikasi, tentukan pola semiosis yang umum dengan mempertimbangkan hierarki maupun sekuennya atau, pola sintagmatik dan paradigmatic, tentukan kekhasan wacananya dengan



mempertimbangkan elemen semiotika yang ada, menganalisis data berdasarkan: ideologi, interpretan kelompok, frame work, pragmatik, aspek sosial, lapis makna, intertekstualitas, kaitan dengan tanda lain, hukum yang mengaturnya, kamus dan ensiklopedi, dan membuat kesimpulan (Christomy dalam Sobur, 2001: 154)

Disamping tahapan-tahapan umum riset semiotika tersebut, cara penggunaan analisis semiotika Roland Barthes terhadap paket tayangan dakwah di televisi adalah sebagai berikut:

- a) Peneliti memilih dan mengamati objek yang diteliti yaitu; salah satu paket tayangan dakwah di televisi (sinetron, film, talkshow, dll).
- b) Unit analisis dalam penelitian berdasarkan pada scene/segmen yang ada pada salah satu paket tayangan dakwah di televisi, di utamakan pada tanda-tanda yang mewakili pada muatan dan pesan-pesan dakwah.
- c) Setelah dipilih adegan-adegan dan narasinya yang memuat tanda-tanda dominan, peneliti menganalisis adegan-adegan tersebut sehingga melahirkan representasi muatan dan pesan dakwah.
- d) Menggunakan analisis semiotika dari Roland Barthes sebagai “pisau bedah” untuk menginterpretasikan makna yang terkandung dalam tanda-tanda tersebut. Dengan memakai dua tahap penandaan (*two order of signification*).
- e) Hal-hal yang akan dianalisis dari video paket tayangan yang telah di transkrip tersebut sesuai dengan aspek-aspek audio visual pembentuk tanda, aspek-aspek teknis pembentuk tanda (*ukuran pengambilan*

*gambar, gerak kamera dan pergantian gambar, tehnik pengambilan gambar, bahasa visual dan arti penting), dan aspek perilaku pembentuk tanda yaitu gestur (setiap gerakan yang dimaksud untuk mengirimkan tanda visual kepada orang lain).*

- f) Dengan memakai dua tahap penandaan (*two order of signification*), Barthes menjelaskan makna denotasi dan konotasi. Makna denotasi merupakan makna yang dapat langsung dilihat ketika kita mengamati suatu tanda. Sedangkan makna konotasi adalah makna implisit. Dalam proses signifikasi ini, pertama-tama peneliti menentukan *penanda* dan *petanda* (*pesan dakwah*) untuk mencari makna denotasinya. Makna denotasi ini termasuk kedalam penandaan tahap pertama. Kemudian, makna denotasi (*pesan dakwah*) yang telah dihasilkan tersebut menjadi penanda konotatif. Sama halnya dengan pada proses pembentukan makna denotatif, penanda konotatif juga menghasilkan petanda, yaitu petanda konotatif. Penanda dan petanda konotatif ini memunculkan makna konotatif. Makna konotatif merupakan signifikasi tingkat kedua dalam penandaan. Pada signifikasi tahap kedua tersebut, tanda bekerja melalui mitos sebagai produk kelas sosial yang sudah memiliki dominasi. Mitos, dalam pemahaman semiotika Roland Barthes adalah pengkodean makna dan nilai-nilai sosial (*yang sebetulnya arbiter atau konotatif*) sebagai sesuatu yang dianggap ilmiah. Kemudian di tarik kesimpulan yang berkaitan dengan representasi muatan/ dan pesan dakwah yang relevan (Novita, 2012: 56-58).