

## BAB II

### KERANGKA TEORI

#### A. Teori yang Terkait dengan Judul

##### 1. Semiotik

##### a. Pengertian Semiotik

Semiotik atau semiotika berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti tanda. Tanda tersebut menyampaikan suatu informasi yang bersifat komunikatif, mampu menggantikan sesuatu yang lain yang bisa dipikirkan atau dibayangkan. Istilah semiotik lazim digunakan oleh ilmuwan Amerika, seperti Charles Sanders Peirces, Charles William Morris, dan Marcel Danesi, sedangkan ilmuwan Eropa lebih banyak menggunakan istilah semiologi, seperti Ferdinand De Saussure, Louis Hjelmslev, Roland Barthes, dan Umberto Eco.<sup>1</sup>

Istilah Barthes, semiotika pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*). memaknai (*to signify*), dalam hal ini tidak dapat dicampuradukan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda.<sup>2</sup>

Menurut Saussure, tanda adalah kesatuan dari dua bidang yang tidak dapat dipisahkan, seperti halnya selembar kertas. Di mana ada tanda, disana ada sistem. Artinya, sebuah tanda mempunyai dua aspek yang ditangkap oleh indra kita yang disebut dengan *signifier*, yaitu bidang penanda atau bentuk. Aspek lainnya disebut *signified*, yaitu bidang petanda atau konsep atau

---

<sup>1</sup> Syukriadi Sambas, *Antropologi Komunikasi*, (Bandung:Pustaka Setia, 2016), 96.

<sup>2</sup> Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung:Remaja Rosdakarya, 2003), 15.

makna. Aspek kedua terkandung di dalam aspek pertama. Jadi petanda merupakan konsep atau apa yang di presentasikan oleh aspek pertama.<sup>3</sup>

Menurut Pierces, tanda ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu. Tanda akan selalu mengacu kepada sesuatu yang lain, oleh pierces disebut objek. Tanda baru dapat berfungsi apabila diinterpretasikan dalam bentuk penerima tanda melalui *interpretant*. Jadi *interpretant* adalah pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda.<sup>4</sup>

Oleh sebab itu, dapat diambil kesimpulan bahwa semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Semiotika berupaya menemukan makna tanda, termasuk hal-hal yang tersembunyi dibalik sebuah tanda.

b. Semiotik Charles Sannders Pierce

Semiotik Pierce terkenal dengan pendekatan triadiknya (tiga elemen dasar), yaitu representasi (tanda), obyek dan interpretasi (proses penafsiran). Pierce berpendapat bahwa kehidupan manusia tidak dapat dilepaskan dari tanda, dan tanda senantiasa memiliki muatan makna. Selanjutnya makna memiliki muatan pesan sebagai komunikasi kepada audien atau disebut juga apresiator obyek visual.<sup>5</sup>

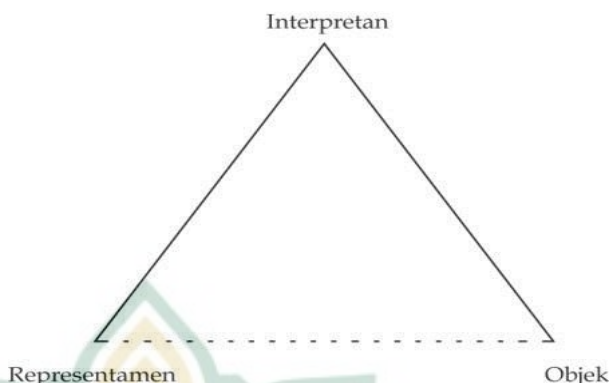
Berikut ilustrasi model triadik semiotika Pierce:

---

<sup>3</sup> Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), 12-13.

<sup>4</sup> Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, 13.

<sup>5</sup> Muhammad Wasith Akbar, "Analisis Semiotik Charles Sanders Pierce Tentang Taktik Kehidupan Manusia: Dua Karya Kotemporer Putu Sutawijaya", *Jurnal Lensa Budaya* 13, No. 02, (2018): 127.



Berdasarkan representamen atau *sign* dibagi menjadi tiga bahasan, yaitu *qualisign*, *sinsign*, dan *legisign*. *Qualisign* adalah kualitas yang ada pada tanda, misalnya berupa kata-kata seperti lemah, keras, kasarlembut, merdu dan seterusnya. *Sinsign* adalah eksistensi aktual benda atau peristiwa yang ada pada tanda. Misalnya, kata keruh yang ada pada urutan kalimat “air sungai keruh” menandakan bahwa ada hujan di hulu sungai. *Legisign* adalah norma yang dikandung oleh tanda, misalnya rambu-rambu lalu lintas yang menandakan hal-hal yang boleh atau dilakukan manusia.

Berdasarkan objeknya membagi tanda menjadi ikon, indeks dan simbol. Ikon adalah hubungan antara tanda dan objek yang ada keiripan, misal peta negara Republik Indonesia atau foto. Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda, misal adanya asap tandanya ada api. Simbol adalah hubungan alamiah yang dikonvensikan dalam masyarakat, adanya kesepakatan di dalam masyarakat tersebut walaupun bersifat arbitrer.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Rini Fitria, “Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce dalam Iklan Kampanye Pasangan Calon Gubernur dan Wakil Gubernur Provinsi Bengkulu Tahun 2015”, *Jurnal Manhaj 01*, No. 1, (2017): 45.

Interpretant adalah pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda.<sup>7</sup> Interpretant sendiri terbagi menjadi *rheme*, *dicent sign* dan *argument*. *Rheme* adalah tanda yang memungkinkan orang untuk menafsirkannya berdasarkan pilihan. *Dicent* adalah tanda yang sesuai dengan kenyataan. *Argument* adalah tanda yang langsung memberikan alasan untuk sesuatu.

c. Macam-macam semiotik

Setelah mempelajari tentang pengertian semiotik diatas, sekurang-kurangnya terdapat Sembilan macam semiotik yaitu:

- 1) *Semiotik analitik*, yakni semiotik yang menganalisis system tanda. Pierce menyatakan bahwa semiotik berobjekkan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, objek dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu kepada objek tertentu.
- 2) *Semiotik deskriptif*, yakni semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat kita alami sekarang, meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang. Misalnya, langit yang mendung menandakan bahwa hujan tidak lama lagi akan turun, dari dulu hingga sekarang tetap saja seperti itu. Demikian pula jika ombak memutih di tengah laut, itu menandakan bahwa laut berombak besar.
- 3) *Semiotik faunal (zoosemiotic)*, yakni semiotik yang khusus memperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan. Hewan biasanya menghasilkan tanda untuk berkomunikasi antar sesamanya, tetapi juga sering menghasilkan tanda yang dapat ditafsirkan oleh manusia. Misalnya, induk ayam yang berkotek-kotek menandakan ayam itu telah bertelur atau ada

---

<sup>7</sup> Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, 13

sesuatu yang ia takuti. Juga, seseorang yang akan berangkat terpaksa mengurungkan waktu keberangkatannya beberapa saat, sebab mendengar bunyi cecak dihadapannya.

- 4) *Semiotik kultural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu. Telah diketahui masyarakat sebagai makhluk sosial memiliki sistem budaya tertentu yang telah turun temurun dipertahankan dan dihormati. Budaya yang terdapat di dalam masyarakat yang juga merupakan sistem itu, menggunakan tanda-tanda tertentu yang membedakannya dengan masyarakat yang lain.
- 5) *Semiotik naratif*, yakni semiotik yang menelaah sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan (*folklore*). Telah diketahui bahwa mitos dan cerita lisan, ada diantaranya memiliki nilai kultural tinggi. Misalnya, masyarakat mempercayai sebuah pohon besar di ujung desa sebagai pohon keramat dan angker.
- 6) *Semiotik natural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam. Air sungai yang keruh menandakan di hulu telah turun hujan, dan daun pohon-pohonan yang menguning akan gugur. Alam yang tidak bersahabat dengan manusia, misalnya banjir atau tanah longsor, sebenarnya memberikan tanda kepada manusia bahwa manusia telah merusak alam.
- 7) *Semiotik normatif*, yakni semiotik yang menelaah sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud norma-norma, misalnya rambu lalu-lintas. Di tempat umum sering dijumpai tanda yang bermakna dilarang merokok.
- 8) *Semiotik sosial*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia yang berwujud lambang, baik

lambang yang berwujud kata dalam satuan yang disebut kalimat.

- 9) *Semiotik struktural*, yakni semiotik yang menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa. Baik bahasa verbal ataupun bahasa non verbal.<sup>8</sup>

Tanda yang bersifat verbal adalah tanda-tanda yang digunakan sebagai alat komunikasi dihasilkan oleh alat bicara. Seperti, percakapan secara langsung atau tatap muka. Adapun contoh tanda bahasa non verbal seperti, mengacungkan jempol sebagai tanda bagus atau hebat, anggukan kepala sebagai tanda setuju atau hormat.

d. Ciri-ciri Tanda

Van Zoest menjelaskan beberapa ciri-ciri tanda sebagai berikut:

- 1) *Tanda harus dapat diamati sehingga berfungsi sebagai tanda.*

Van Zoest memberikan contoh sebagai berikut. Pada suatu pantai, tampak orang-orang duduk dalam kubangan pasir dan membuat semacam dinding pengaman (lekuk) dari pasir, kemudian meletakkan kerang-kerang pada dinding tersebut sedemikian rupa, sehingga membentuk kata *Duisburg*. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa orang-orang yang duduk di pantai tersebut berasal dari Jerman. Hal tersebut karena kata *Duisburg* menandakan sebuah kota di Republik Bond, yang dianggap dapat menginterpretasikannya sebagai tanda.

- 2) *Tanda harus "Dapat Ditangkap", merupakan syarat mutlak.*

Kata *Duisburg* dapat ditangkap, tidak penting apakah tanda itu diwujudkan dengan pasir, kerang, atau ditulis pada bendera kecil.

---

<sup>8</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001). 100-101



- 3) *Merujuk pada sesuatu yang lain, sesuatu yang tidak hadir.*

*Duisburg* merujuk pada satu kota di Jerman. Kata *Duisburg* merupakan tanda karena ia “merujuk pada”, “menggantikan”, “mewakili”, dan “menyajikan”. Tanda memiliki sifat representatif dan sifat ini mempunyai hubungan langsung dengan sifat interpretatif. Hal ini dikarenakan pada kata *Duisburg* di kubangan itu tidak hanya terlihat adanya pengacuan pada suatu kota di Jerman, tetapi juga penafsiran bahwa orang-orang yang duduk-duduk di pantai tersebut adalah orang Jerman.

- 4) *Sesuatu hanya berupa tanda atas dasar satu dan lainnya.*

Kata *Duisburg* dianggap sebagai sebuah tanda karena kita dapat membaca huruf-huruf itu, mengetahui kesatuan huruf-huruf itu membentuk sebuah kata, dan kata itu merupakan sebuah nama, yaitu kota di Jerman.

Tanda *duisburg* merupakan bagian dari keseluruhan peraturan, perjanjian, dan kebiasaan yang dilembagakan yang disebut kode.<sup>9</sup>

## 2. Dakwah

### a. Pengertian dakwah

Ditinjau dari segi bahasa, “*dakwah*” berarti panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa arab disebut *mashdar*. sedangkan bentuk kata kerja (*fi’il*) nya adalah memanggil, menyeru, atau mengajak (*Da’a, Yad’u, Da’watan*).<sup>10</sup> Dalam Al Qur’an juga telah dijelaskan ayat tentang dakwah, yaitu dalam surah Ali Imran ayat 104 yang berbunyi:

<sup>9</sup> Syukriadi Sambas, *Antropologi Komunikasi*, 114-115.

<sup>10</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 1.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ

وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya : “Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh pada yang ma’ruf dan mencegah yang munkar, mereka itulah orang-orang yang beruntung” (QS. Ali Imran: 104).<sup>11</sup>

Dakwah menurut istilah ada beberapa pendapat yang telah didefinisikan oleh para ahli, yang banyak diantaranya saling berkaitan. Berikut ini adalah beberapa definisi mengenai dakwah yang diungkapkan oleh para ahli:

Menurut Toha Yahya Omar, definisi dakwah secara global adalah suatu ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara atau tuntunan bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui dan melaksanakan suatu ide gagasan. Adapun definisi dakwah secara Islam adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai peringatan Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.

Menurut Abu Bakar Zakaria, dakwah sebagai kegiatan para ulama dalam mengajarkan manusia kepada apa yang baik bagi mereka, yaitu kehidupan dunia akhirat menurut kemampuan mereka. Menurut Ali Mafudz, dakwah yaitu mendorong (memotivasi) manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk serta memerintah umat untuk berbuat ma’ruf dan mencegah dari perbuatan munkar, agar mereka memperoleh kebaikan di dunia dan akhirat.<sup>12</sup>

<sup>11</sup> Depag RI, Cordova, *Al Qur'an Terjemahan* (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2009), 63.

<sup>12</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 16.



Menurut Ahmad Ghalwaasyi, dakwah sebagai pengetahuan yang dapat memberikan segenap usaha yang bermacam-macam yang mengacu pada upaya penyampaian ajaran Islam kepada seluruh manusia yang mencakup akidah, syariah, dan akhlak.<sup>13</sup>

Dapat disimpulkan berarti dakwah adalah seruan atau ajakan yang dilakukan seseorang untuk mengajak umat mengikuti perintah Tuhan dan menjauhi larangan-Nya. Ajakan ini dapat menggunakan lisan, tulisan maupun audio visual dengan menggunakan metode dan media yang sesuai dengan prinsip Islam dan bertujuan untuk menjadikan kehidupan umat menjadi lebih baik di dunia maupun di akhirat.

b. Unsur-unsur Dakwah

Dakwah merupakan kegiatan yang mengajak umat untuk mengamalkan hal baik dan meninggalkan hal yang buruk. Kegiatan tersebut pastinya membutuhkan unsur-unsur yang membantu terlaksananya kegiatan dakwah, dan unsur-unsur tersebut adalah:

1) Da'i

Secara etimologis da'i berasal dari bahasa Arab, bentuk isim fail dari asal kata dakwah. Secara terminologis, da'i yaitu setiap muslim yang berakal mukallaf dengan kewajiban dakwah.<sup>14</sup> Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah, baik secara lisan maupun tulisan, ataupun melalui perbuatan baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi dan lembaga. Pada dasarnya, semua muslim berperan secara otomatis sebagai juru dakwah, artinya orang yang harus menyampaikan atau dikenal sebagai komunikator dakwah. Maka, dalam hal ini *da'i* dikelompokkan menjadi:

---

<sup>13</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 16.

<sup>14</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 261.

- a) Secara umum adalah setiap muslim dan muslimah yang *mukallaf* dimana bagi mereka kewajiban dakwah merupakan suatu yang melekat, tidak terpisahkan dari misinya sebagai penganut Islam, sesuai dengan perintah: “sampaikan walau satu ayat”.
- b) Secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus (*mutakhasis*) dalam bidang agama Islam, yang lebih kita kenal dengan panggilan ulama.<sup>15</sup>

2) Mad’u

Mad’u adalah orang yang menjadi mitra dakwah, bisa disebut juga sebagai orang yang menjadi sasaran dakwah, baik secara individu, kelompok, baik yang beragama Islam maupun tidak, dengan kata lain seluruh umat manusia. Muhammad Abduh membagi *mad’u* menjadi tiga golongan, yaitu:

Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran dan dapat berpikir secara kritis, cepat menangkap persoalan.

- a) Golongan awam, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
  - b) Golongan yang berbeda dengan golongan diatas adalah mereka yang senang membahas sesuatu, tetapi hanya dalam batas tertentu, tidak sanggup mendalami dengan benar.<sup>16</sup>
- c. Media Dakwah

Media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang ditentukan. Media dakwah dapat berupa material, orang, tempat, situasi

---

<sup>15</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 19.

<sup>16</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 19-20.

tentang kondisi dan sebagainya.<sup>17</sup> Hal ini menunjukkan bahwa media dakwah merupakan salah satu unsur terpenting yang harus diperhatikan dalam aktifitas dakwah. Sebab, sebaik apapun materi seorang *da'i* jika tidak menggunakan media yang tepat, hasilnya bisa tidak maksimal.

Banyak macam alat yang bisa dijadikan sebagai media dakwah, dalam ilmu komunikasi, media juga dapat diklasifikasikan menjadi tiga macam:

- 1) Media Terucap (*The Spoken Word*), yakni alat yang bisa mengeluarkan bunyi, seperti radio, telepon dan sebagainya.
  - 2) Media Tertulis (*The Printed Writing*), yakni media berupa tulisan. Seperti, surat kabar, buku, artikel dan sebagainya.
  - 3) Media Dengar Pandang (*The Audio Visual*), yakni media yang berisikan gambar hidup, bisa dilihat dan didengar. Misalnya, video, film, televisi dan sejenisnya.<sup>18</sup>
- d. Metode dakwah

Metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang *da'i* (komunikator) kepada *mad'u* (komunikan) untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang. Hal ini mengandung arti bahwa pendekatan dakwah harus bertumpu pada suatu pandangan *human oriented* yang menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia.

Metode dalam komunikasi lebih dikenal dengan *approach*, yaitu cara-cara yang digunakan oleh seorang komunikator untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Terdapat tiga metode yang menjadi dasar dakwah, yaitu:

---

<sup>17</sup>Nurul Badrutaman, *Dakwah Kolaboratif Tarmizi Taher*, (Jakarta: Grafindo, 2005), 157.

<sup>18</sup>Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2004), 406.

1) Metode *bi al-hikmah*

Kata “hikmah” bentuk masdarnya adalah “*hukuman*” yang diartikan secara makna aslinya adalah mencegah. Jika dikaitkan dengan hukum berarti mencegah dari kezaliman, dan jika dikaitkan dengan dakwah maka berarti menghindari hal-hal yang kurang relevan dalam melaksanakan tugas dakwah. Menurut Ahmad bin Munir al Muqri, orang yang memiliki hikmah berarti orang yang dapat mencegah diri dari perbuatan yang hina.<sup>19</sup>

M Abdul berpendapat bahwa, hikmah adalah mengetahui rahasia dan faedah di dalam tiap-tiap hal. Hikmah juga digunakan dalam arti ucapan yang sedikit lafadz, akan tetapi banyak makna, ataupun diartikan meletakkan sesuatu pada tempat atau semestinya.

Al hikmah dapat dipahami bahwa sebagai kemampuan dan ketepatan *da'i* dalam memilih, memilah, dan menyelaraskan teknik dakwah dengan kondisi objektif *mad'u*. Al hikmah merupakan kemampuan *da'i* dalam menjelaskan doktrin-doktrin Islam secara realitas yang ada dengan argumentasi logis dan bahasa yang komunikatif. Oleh karena itu, al hikmah sebagai sebuah sistem yang menyatukan antara kemampuan teoritis dan praktis dalam berdakwah.<sup>20</sup>

2) Metode *Al-Mauidza al-Hasanah*

Metode ini dalam perspektif dakwah sangat populer, bahkan dalam acara-acara seremonial keagamaan seperti Maulid dan *Isra' Mi'raj*, istilah *mauidzah hasanah* mendapat porsi khusus dengan sebutan “acara yang ditunggu-tunggu” yang merupakan inti

---

<sup>19</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 244.

<sup>20</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 246-247.

acara dan biasanya menjadi salah satu target keberhasilan sebuah acara.

Secara bahasa, *mauidzah hasanah* terdiri dari dua kata yaitu *mauidzah* dan *hasanah*. Kata *mauidzah* berasal dari kata *wa'adza-ya'idzu-wa'dzan-idzatan* yang berarti nasehat, bimbingan, pendidikan, peringatan. Sementara *hasanah* merupakan kebalikan *fansayyi'ah* yang artinya kebaikan lawannya kejelekan.<sup>21</sup>

Secara istilah, *mauidzah hasanah* dapat diartikan sebagai dakwah dengan memberi nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasihat dan ajaran Islam yang disampaikan dapat menyentuh hati.<sup>22</sup>

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kata *mauidzah hasanah* akan mengandung arti kata-kata yang masuk ke dalam kalbu dengan kasih sayang dan ke dalam perasaan dengan penuh kelembutan, tidak membongkar atau membeberkan kesalahan orang lain sebab kelemahan lembut dalam menasehati sering kali dapat meluluhkan hati yang keras dan menjinakkan kalbu yang liar.<sup>23</sup>

### 3) Metode *Al-Mujadalah*

Dari segi bahasa lafadz *mujadalah* terambil dari kata "*jadala*" yang bermakna memintal, melilit. Apabila ditambahkan alif pada huruf *jim* yang mengikuti *wazan fa'ala*, "*jaa dala*" dapat bermakna berdebat dan "*mujaadalah*" berarti perdebatan.<sup>24</sup>

Menurut Ali Al-Jarisyah, dalam kitabnya *Adab al-Hiwar waalmunadzarah*, mengartikan bahwa "*al Jidal*" secara bahasa dapat bermakna pula "datang untuk memilih

<sup>21</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 251.

<sup>22</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 22.

<sup>23</sup> Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 253.

<sup>24</sup> M Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), 17.

kebenaran” dan apabila berbentuk isim “*al Jadlu*” maka berarti pertentangan atau perseteruan yang tajam. Al-Jarisyah menambahkan bahwa, lafadz “*al jadlu*” merupakan *musytaq* dari lafadz “*al Qotlu*” yang berarti sama-sama terjadi pertentangan, seperti halnya terjadi perseteruan antara dua orang yang saling bertentangan sehingga saling melawan atau menyerang dan salah satu menjadi kalah.

Secara istilah *al mujadalah* adalah upaya tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, tanpa adanya yang mengharuskan lahirnya permusuhan diantara keduanya.

Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa, *al mujadalah* merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat. Antara satu dengan yang lainnya saling menghormati dan menghargai pendapat keduanya berpegang pada kebenaran, mengakui kebenaran pihak lain dan ikhlas menerima hukuman kebenaran tersebut.<sup>25</sup>

### 3. Pesan Dakwah

#### a. Pengertian pesan dakwah

Dakwah merupakan kegiatan mengajak kepada kebaikan dan meninggalkan kemungkar (*amar ma'ruf nahi munkar*). Dalam berdakwah tentu seorang *da'i* memberikan ilmu-ilmu atau pesan-pesan untuk kehidupan sehari-hari *mad'u*. Pesan dakwah merupakan unsur penting dalam kegiatan dakwah.

---

<sup>25</sup> M Munir, *Metode Dakwah*, 18-19.



Materi atau pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*<sup>26</sup>. Pada dasarnya, pesan dakwah adalah ajaran Islam yang memiliki dasar pada Al-Qur'an dan Hadits. Namun, harus sesuai dengan kapasitas yang dipahami oleh *mad'u*.

Pesan yang dimaksud dalam komunikasi dakwah adalah pesan yang disampaikan dari *da'i* kepada *mad'u*. Dalam istilah komunikasi, pesan disebut juga dengan *message*, *content*, atau informasi. Berdasarkan cara penyampaiannya, pesan dakwah dapat disampaikan lewat tatap muka atau menggunakan sarana media.<sup>27</sup> Penyampaian pesan dakwah dapat dilakukan oleh *da'i* kepada *mad'u* melalui media dakwah yang telah ada pada zaman dahulu seperti buku, buletin, majalah, televisi atau radio maupun menggunakan media online sebagai jawaban pada dakwah di zaman sekarang.

Gagalnya berkomunikasi sering terjadi karena pesan yang disampaikan sudah diduga tidak akan dipahami oleh *mad'u* disebabkan beberapa faktor. *Da'i* sebagai komunikator harus sudah tau siapa yang menjadi sasaran dakwah. Sebaiknya juga mengetahui efek yang terjadi serta media yang tersedia untuk digunakan. Namun, komunikator tidak menyadari bahwa pesan yang disampaikan itu tidak sesuai dengan komunikan dan komunikan tidak merasa berkepentingan maka komunikasi tidak berjalan dengan semestinya. Maka dari itu, dalam merencanakan sebuah pesan harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.
- 2) Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara

---

<sup>26</sup> Wahyu Ilaahi, *Komunikasi Dakwah*, 20.

<sup>27</sup> Wahyu Ilaahi, *Komunikasi Dakwah*, 98.

- komunikator dengan komunikan. Sehingga dapat sama-sama mengerti.
- 3) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan, dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
  - 4) Pesan harus menyarankan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.<sup>28</sup>
- b. Macam-macam pesan dakwah

Pesan dakwah atau biasa disebut juga *maddah* dakwah adalah materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*.<sup>29</sup> Secara umum materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu:

1) Pesan Aqidah

Aqidah berasal dari kata *aqada* yang berarti ikatan. Secara istilah, aqidah adalah keyakinan hati akan sesuatu. Menurut Hassan al Banna, mendefinisikan akidah sebagai sesuatu yang mengharuskan hati yang membenarkan, yang membuat jiwa tenang, tentram kepadanya dan yang menjadi kepercayaan bersih dari kebimbangan.<sup>30</sup>

Oleh karena itu, hal pertama yang dijadikan pesan dalam berdakwah adalah masalah aqidah atau keimanan. Dalam bidang akidah ini bukan saja pembahasannya yang tertuju pada masalah yang wajib diimani, akan tetapi pesan dakwah juga meliputi masalah-masalah yang dilarang oleh agama. Misalnya, syirik (mensekutukukan adanya Tuhan), ingkar dengan sang pencipta dan sebagainya.

---

<sup>28</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 99.

<sup>29</sup> M Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006). 24.

<sup>30</sup> Wage: "Aqidah dan Budaya: Upaya Melihat Korelasi Agama atau Budaya dalam Masyarakat", *Fikri*, (1). No. 2 (Desember 2016). 338.

## 2) Pesan syariah

Pesan dakwah syariah adalah pesan dakwah yang berkaitan dengan hubungan manusia dengan Tuhannya dan mengatur pergaulan hidup antar manusia. Dalam studi fiqh, pembahasan bagian dakwah ini meliputi, *thaharah*, shalat, zakat, puasa dan haji dengan hal-hal lain yang secara langsung berhubungan dengan keilmuannya. Sedangkan sebagian muamalah, meliputi: hukum niaga, hukum wajib, munahakat, hukum pidana dan lain sebagainya.<sup>31</sup>

## 3) Pesan Akhlak

Secara etimologi, akhlak berasal dari bahas arab, jamak dari kata "*khuluqun*" yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat. Pembahasan akhlak berkaitan dengan masalah tabiat atau temperatur batin yang mempengaruhi manusia. Akhlak kepada Allah SWT, akhlak terhadap makhluk, meliputi: akhlak terhadap diri sendiri, tetangga, masyarakat dan lainnya, akhlak terhadap semua makhluk Tuhan termasuk tumbuhan, hewan dan sebagainya. Karena pada dasarnya ajaran akhlak dalam Islam meliputi kualitas perbuatan manusia yang merupakan kondisi ekspresi dari kondisi kejiwaannya.<sup>32</sup>

## 4. Dakwah Melalui Video Klip Musik

## a. Musik

Musik berasal dari bahasa Yunani, berasal dari dua kata yaitu *muse* dan *que*. *Muse* sendiri berarti "senandung suara", dan *que* berarti "keselarasan irama". Jadilah *museque* yang memiliki arti "suara-suara yang memiliki keselarasan dalam irama".<sup>33</sup> Musik dalam

---

<sup>31</sup> Beni Ahmad Saebani dan Encep Taufiqurrahman, *Pengantar Ilmu Fiqh*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 109.

<sup>32</sup> M Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, 28.

<sup>33</sup> Ilmiah Kasyaf (Khazanah Santri Salaf) dkk, *Trilogi Musik*, (Kediri: Lirboyo Press, 2017), 29.

perjalanannya kemudian digantikan oleh kata “*al ghina*” untuk mengungkapkan makna yang serupa. Kata *al ghina* di dalam bahasa Arab digunakan untuk mengungkapkan kata *ta’lif al alhan*, di mana menurut sebagian penerjemah bermakna “komposisi melodi atau nada yang merdu”.

Menurut Al Farabi dalam karya monumentalnya *Al Musiq al Kabir* menyatakan musik bermakna *al alhan/al lahn*, sedangkan *al lahn* sendiri terkadang digunakan untuk makna: kumpulan nada dari kombinasi yang berbeda-beda yang memiliki keharmonisan. Dan terkadang juga digunakan untuk makna: kumpulan nada yang berkomporsi teratur dan melibatkan beberapa huruf yang terangkai menjadi struktur lafadz yang indah dan memiliki muatan ekspresi pada umumnya.<sup>34</sup>

Musik memiliki beberapa fungsi di masyarakat, diantaranya:

1) Musik sebagai hiburan

Hiburan bukan semata-mata menampilkan sesuatu yang hanya sekedar kegembiraan secara lahiriah semata, akantetapi hiburan yang mendidik, membina karakter maupun kepribadian. Seseorang jika mendengarkan musik merasa terhibur hatinya, secara psikis ia akan merasa adanya perubahan jiwa, yang disebabkan adanya refleksi emosi.

Musik dapat meningkatkan perasaan, khususnya secara langsung dan cepat menimbulkan rasa senang. Meyer dalam Djohan mengatakan bahwa semakin besar ketegangan yang ditimbulkan, semakin besar pula pelepasan emosi terhadap resolusi. Peran emosi dalam proses ini sangat kompleks. Dimensi pokoknya terletak pada ketegangan yang dibangun serta resolusi atau pelepasannya baik dalam musik itu sendiri

---

<sup>34</sup> Ilmiah Kasyaf (Khazanah Santri Salaf) dkk, *Trilogi Musik*, 30.

maupun pendengarannya. Biasanya jika terjadi resolusi, maka diikuti oleh relaksasi.

2) Musik sebagai terapi

Aktifitas musik merupakan latihan menyeluruh otak dan pikiran yang dapat menguatkan sistem jaringan otak. Di samping meningkatkan kapasitas kinerja otak dengan memperkuat hubungan antar neuron. Pengaruh musik terhadap kerja otak juga merupakan bagian dari pengaruh musik terhadap kognisi dan perilaku kepribadian seseorang. Yayasan *Melodic International Thera*y dalam publikasinya mengungkapkan mengenai keberhasilan terapi musik pada pasien gangguan bicara akibat stroke.<sup>35</sup>

b. Video

Video secara etimologi berasal dari bahasa inggris *vi (visual)* yang berarti gambar dan *deo (audio)* yang berarti suara. Sebagai media komunikasi, video memiliki peranan yang besar dalam menyampaikan pesan kepada komunikan. Kelebihan gambar dan suara dalam video dapat dengan baik menyampaikan pesan kepada masyarakat. Video dapat dianggap juga sebagai sarana baru dalam menyebarkan hiburan, berita, peristiwa dan sebagainya kepada masyarakat. Sebagian besar tugas film dapat digantikan oleh video, tetapi tidak berarti bahwa video akan menggantikan kedudukan film.

c. Dakwah melalui Musik

Dalam konteks praktis, sebagian penerapan metode dakwah yang telah dijelaskan sebelumnya memerlukan adanya pembangunan ulang metode dakwah (*turuq ad da'wah*). Terutama dalam menjabarkan kontruk-kontruk syariat, para juru dakwah sangat membutuhkan usaha dan media dakwah yang kreatif dan efektif.

---

<sup>35</sup> Fadlil Yani Ainusyamsyi. "Islam, Seni Musik, dan Nilai di Pesantren". *Panggung (italic)*. (24) no. 3 (September 2014). 232-233.

Hal ini diperlukan, karena prinsip utama dakwah sendiri lebih berorientasi pada keberhasilan menyadarkan objek terlebih dahulu. Setelahnya, akan mudah untuk mengajak mereka pada konsep-konsep serta ajaran yang dibawa.

Merujuk pada realita masyarakat saat ini, kajian agama bukanlah menjadi salah satu hal yang menggembirakan bagi mereka. Maka sebagai konsekuensi dari realita ini, seorang juru dakwah perlu mensiasati dakwahnya dengan cerdas, demi menarik perhatian dan keinginan mereka untuk mengetahui ajaran-ajaran yang diperkenalkan.

Seorang *da'i* tidaklah mendapat legitimasi penuh untuk mengkreasikan media dakwahnya. Ada beberapa garis pembatas agar apa yang ia lakukan tidak menjurus keluar dari payung hukum syariat. Payung-payung itu antara lain:

- 1) Suatu *wasilah* atau media yang digunakan berdakwah, bukan termasuk hal yang dilarang secara nyata oleh syariat lewat suatu dalil tertentu.
- 2) Penggunaan media tersebut tidak menyalahi dalil umum, dan juga tidak melanggar kaidah syari'at.
- 3) Media dakwah itu merupakan bagian dari sesuatu yang mubah.
- 4) Tujuan dari penggunaan media itu adalah kebaikan serta sesuai ajaran agama. Apabila tujuan yang dimaksud merupakan sebuah keburukan, maka media pengantarnya pun juga akan ternilai buruk. Sebab karena terlarangnya sesuatu, dilaranglah pula segala bentuk akses menuju sesuatu itu.
- 5) Media yang dipakai berdakwah oleh syari'at dipandang memiliki kemampuan untuk menuntun kepada kebaikan. Baik kebaikan itu pasti diperoleh, hanya sebagian kebaikan yang dihasilkan, atau bahkan kebaikannya masih sebatas praduga.



- 6) Media ini tidak melahirkan *mafsadah* (hasil buruk) yang lebih besar daripada *maslahat* (hasil baik) yang dituju. sebab, sesuai konsep bijak syari'at, lebih utama bagi seorang muslim untuk menolak satu keburukan daripada meraih sebuah kebaikan.
- 7) Media dakwah yang tak lekat dengan sifat-sifat tercela dimata agama. Semisal dalam menggunakannya tidak menyerupai pola hidup fasik atau ahli maksiat.<sup>36</sup>

Dakwah dengan musik, keika ia didasari niat dan tujuan yang baik, ia akan dapat diterima sebagai *wasilah* dan jalan bagi keberhasilan tujuannya. Yang perlu kita beri garis merah adalah bahwa bermusik bukan menjadi tujuan akhir dari setiap proses dakwah. Ia hanya sebatas berfungsi sebagai penarik hati masyarakat agar berminat untuk membenahi ajaran-ajaran yang telah diperkenalkan agamanya.<sup>37</sup> Merupakan suatu langkah yang baik apabila musik dapat dimanfaatkan oleh seorang *da'i* sebagai pintu masuk menuju dan menghampiri hati objek dakwahnya. Melalui suatu hal yang digemari, dakwah kepada masyarakat tentu akan lebih mudah.

Musik selamanya akan menjadi *wasilah*, sebuah perantara dan pengantar yang baik, jika ia memang mampu menerjemahkan tujuan-tujuan mulia sebuah dakwah. Apalagi ketika salah satu unsurnya, semisal lirik, berisikan nasihat-nasihat yang baik (*mawa'iz*), sebagaimana maksud musik dipentaskan sebagai media dakwah, tentu sangat dilegalkan. Bermusik diharapkan sebagai ladang pahala, entah sebagai landasan berdakwah, menghilangkan kesedihan, maupun sekedar tidak menimbulkan hal-hal negatif yang lain.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Ilmiah Kasyaf (Khazanah Santri Salaf) dkk, *Trilogi Musik*, 271.

<sup>37</sup> Ilmiah Kasyaf (Khazanah Santri Salaf) dkk, *Trilogi Musik*, 273.

<sup>38</sup> Ilmiah Kasyaf (Khazanah Santri Salaf) dkk, *Trilogi Musik*, 275-

## B. Penelitian Terdahulu

Penggalian dari penelitian terdahulu dilakukan sebagai upaya memperjelas tentang variabel-variabel dalam penelitian ini, sekaligus untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Dalam penelitian ini, penulis mengambil beberapa contoh dari penelitian terdahulu dari beberapa sumber, diantaranya berikut:

1. Mochammad Hanafi, “Model Komunikasi dalam Video Klip *Salam’alaikum* Harris Jung”. Penelitian tersebut mengkaji tentang model komunikasi pada video klip *Salam’alaikum*. Analisis data menggunakan reduksi, kategorisasi, sintesisasi dan hipotesis. Adapun temuan penelitiannya menggambarkan bahwa agama Islam berupaya untuk menjaga tali persaudaraan dan etika sesama muslim.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada subjek penelitian yaitu video klip “*Ya Allah Biha*” dari Sabyan. Selain pada subjek perbedaan penelitian ini yaitu menggunakan analisis data berupa analisis semiotik. Dan untuk persamaanya terletak pada objek kajian yang berupa video klip.<sup>39</sup>

2. Siti Fadhilatul Khusnah “Pengaruh mendengarkan Musik Religi Terhadap Keyakinan Diri (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ushuludin dan Pemikiran Islam, UIN Sunan Kalijaga)” dalam penelitiannya, melihat pengaruh musik religi terhadap Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga khususnya Mahasiswa Fakultas Ushuludin dan Pemikiran Islam dalam hal keyakinan diri.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terletak pada materi yang akan dibahas, yaitu mengenai musik religi, perbedaannya terletak pada objek yang dikaji dengan metode yang digunakan. Dimana yang dikaji adalah respon mendengarkan musik religi terhadap keyakinan diri Mahasiswa Fakultas Ushuludin

---

<sup>39</sup> Mochammad Hanafi, *Skripsi Model Komunikasi Dakwah dalam Video Klip Salam’alaikum Harris Jung*, (Surabaya: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Komunikasi UIN Sunan Ampel, 2018).

dan Pemikiran Islam. Lalu model penelitiannya masuk kedalam penelitian lapangan.<sup>40</sup>

3. Nurul Lathifah “Analisis Semiotik Pesan Dakwah dalam Film Bulan Terbelah di Langit Amerika”. Penelitian ini mendeskripsikan tentang pesan dakwah yang terkandung di dalam film bulan terbelah di langit Amerika. Persamaan dengan analisis peneliti sama-sama menggunakan metode penelitian analisis semiotik. Sedangkan perbedaan analisisnya, terdapat pada objek penelitian dan tokoh semiotik yang di gunakan. Pada penelitian terdahulu, peneliti menggunakan film sebagai objek penelitian, sedangkan objek penelitian yang di pilih penulis adalah video klip sebagai media dakwah.<sup>41</sup>

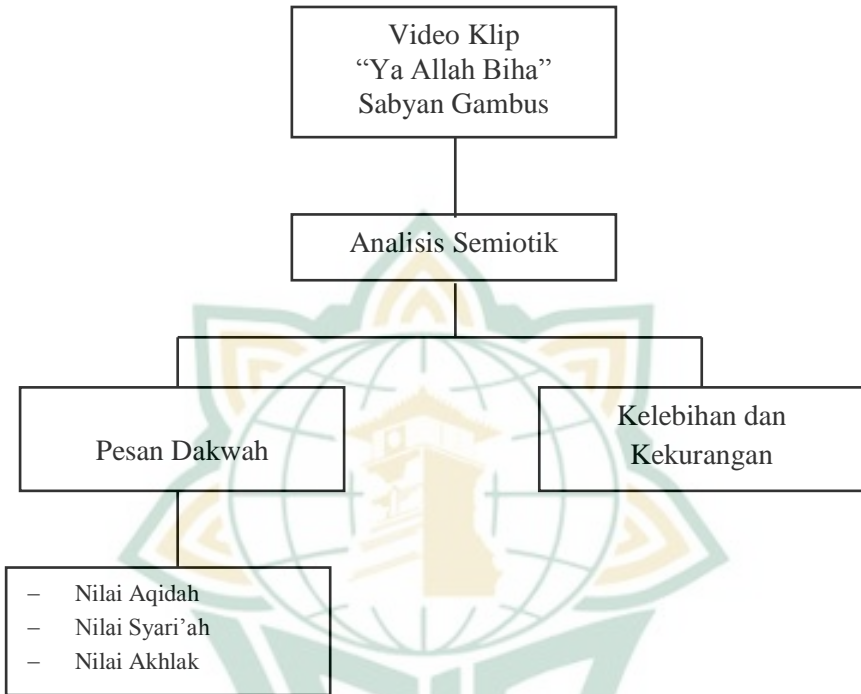


---

<sup>40</sup> Siti Fadhilatul Khusnah, *Skripsi Pengaruh mendengarkan Musik Religi Terhadap Keyakinan Diri (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, UIN Sunan Kalijaga)*, (Yogyakarta: Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Jurusan Sosiologi Agama UIN Sunan Kalijaga, 2015).

<sup>41</sup> Nurul Lathifah, *Skripsi Analisis Semiotik Pesan Dakwah dalam Film Bulan Terbelah di Langit Amerika*, (Jakarta: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah, 2016).

### C. Kerangka Berfikir



Pada video klip tersebut, memvisualisasikan bahwa sebuah kehidupan adalah misteri, dan kematian adalah hal yang pasti. Maka dari itu, kita sebagai manusia harus mengamalkan *amar ma'ruf nahi munkar*. Alasan dipilihnya video klip ini sebagai objek penelitian adalah disampaikannya pesan dakwah untuk menjadi manusia yang baik, untuk mencapai khusnul khatimah.

Dengan menggunakan analisis semiotika, peneliti akan mencari dan mengolah data berupa tanda yang ditemukan di dalam video klip *Ya Allah Biha* Sabyan Gambus. Tanda-tanda yang akan diteliti berupa: adegan dalam video klip, dan lirik dari lagu *Ya Allah Biha*. Setelah data tersebut dikumpulkan, akan peneliti analisis menggunakan semiotika model Charles Sanders Peirces yang membagi tanda berupa ikon, indeks dan simbol.

Penelitian ini berupaya meneliti tentang pesan-pesan dakwah berupa nilai aqidah, nilai syari'ah dan nilai

akhlak yang terkandung dalam video klip Ya Allah Biha dari grup Sabyan gambus. Selain itu, penulis juga meneliti kelebihan dan kekurangan yang ada di dalam video klip Ya Allah biha grup Sabyan gambus menggunakan model analisis semiotik.

