

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

Pengertian komunikasi ditinjau dari dua sudut pandang yaitu komunikasi dalam pengertian secara umum dan pengertian secara paradigmatis. Komunikasi dalam pengertian umum dapat dilihat dari dua segi. Pertama dari segi etimologis komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti sama makna yaitu sama makna mengenai suatu hal. Jadi, komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Jelasnya, jika seseorang mengerti tentang sesuatu yang dinyatakan oranglain kepadanya maka komunikasi itu bersifat komunikatif. Sebaliknya jika ia tidak mengerti komunikasi itu bersifat tidak komunikatif. Kedua dari segi terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada oranglain. Dari pengertian itu jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada oranglain. Jadi, yang terlibat dalam komunikasi itu adalah manusia (Effendy. 2009: 3-4).

Dalam pengertian komunikasi secara paradigmatis, komunikasi mengandung tujuan tertentu; ada yang dilakukan secara

lisan, secara tatap muka, atau melalui media, baik media massa seperti surat kabar, radio, televisi atau film, maupun media nonmassa, misalnya surat, telepon, papan pengumuman, poster, spanduk, dan sebagainya. Mengenai pengertian komunikasi secara paradigmatis ini banyak definisi yang dikemukakan oleh para ahli, tetapi dari sekian banyak definisi itu dapat disimpulkan secara lengkap bahwa komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada oranglain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media (Effendy. 2009: 5).

2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses interaksi yang dilakukan melalui media massa atau khalayak banyak yang terdiri dari komunikator, media, pesan, komunikan dan umpan balik.

Menurut Bungin (2006,71-72) Komunikasi massa adalah komunikasi yang dilakukan melalui media massa, dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khlayak luas. Dengan demikian maka unsur-unsur dalam komunikasi massa menurut Bungin adalah:

a. Komunikator

Komunikator merupakan pihak yang mengandalkan media massa dengan teknologi telematika modern sehingga dalam menyebarkan

suatu informasi, maka informasi dengan cepat ditangkap oleh public.

b. Media massa

Media Massa merupakan media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula.

c. Informasi (pesan)

Pesan merupakan informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi pribadi.

d. *Gatekeeper*

Gatekeeper merupakan penyeleksi informasi yang akan disiarkan kepada masyarakat.

e. Khalayak

Khalayak merupakan massa yang menerima yang disebarkan oleh media massa.

f. Umpan balik

Merupakan reaksi atau tanggapan yang diberikan atas informasi yang diberikan.

Unsur-unsur yang disebutkan di atas merupakan unsur penting dan harus dipenuhi dalam melakukan komunikasi massa. Semua unsur tersebutlah yang dapat menjadikan komunikasi massa berlangsung dengan baik. Media massa menjadi media yang setiap

saat mendidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirnya, dan menjadi masyarakat yang maju. Selain itu, media massa juga menjadi media informasi untuk masyarakat. Informasi yang terbuka dan jujur yang disampaikan media massa, akan menjadikan masyarakat kaya dan terbuka akan informasi dan juga masyarakat dapat berpartisipasi dengan berbagai kemampuannya.

3. Semiotika

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya mencari jalan didunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika atau dalam istilah Barthes, semiologi, pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memakai hal-hal (*things*). Memaknai (*to signify*) dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (*to communicate*). Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda (Barthes, 1988: 179 ; Kurniawan, 2001: 53 dalam Sobur, 2009: 15).

Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*meaning*) ialah hubungan antara satu objek atau ide dan suatu tanda (Little John, 1996:64). Dengan tanda-tanda kita mencoba mencari

keteraturan ditengah-tengah dunia ini, setidaknya agar kita sedikit punya pegangan. “apa yang dikerjakan oleh semiotika adalah mengajarkan kita bagaimana menguraikan aturan-aturan tersebut dan membawanya pada sebuah kesadaran” ujar Pines (Berger, 2000: 14 dalam Sobur, 2016: 16).

Kata “semiotika” itu sendiri berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti “tanda” (Sudjiman dan Van Zoest, 1995:7) atau *seme*, yang berarti “penafsir tanda” (Cobley dan Jansz, 1999:4). Semiotika berakar dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika, dan poetika (Kurniawan, 2001:49). “Tanda” pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal. Contohnya, asap menandai adanya api (Sobur, 2016: 16).

Jika diterapkan pada tanda-tanda, maka huruf, kata, kalimat, tidak memiliki arti pada dirinya sendiri. Tanda-tanda itu hanya mengemban arti (*significant*) dalam kaitannya dengan pembacanya. Pembaca itulah yang menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan (*signife*) sesuai dengan konvensi dalam sistem bahasa yang bersangkutan. Dalam penelitian sastra misalnya, kerap diperhatikan hubungan santaksis antara tanda-tanda (*strukturalisme*) dan hubungan antara tanda dan apa yang ditandakan (*semantik*) (Sobur, 2016: 16).

Pengertian semiotika secara terminologis adalah ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Semiotik atau semiologi merupakan

terminologi yang merujuk pada ilmu yang sama. Istilah semiologi lebih banyak digunakan di Eropa sedangkan semiotik lazim dipakai oleh ilmuan Amerika. Istilah yang berasal dari kata Yunani *semion* yang berarti “tanda” atau “*sign*” dalam bahasa Inggris itu adalah ilmu yang mempelajari sistem tanda seperti: bahasa, sinyal, dan sebagainya.

Pengembangan semiotika sebagai bidang studi ditetapkan dalam pertemuan *Vienna Circle* yang berlangsung di Universitas Wina tahun 1922. Di Wina Circle, sekelompok sarjana menyajikan sebuah karya berjudul “*International Encyclopedia*”. Semiotika dikelompokkan menjadi tiga bagian atau tiga cabang ilmu tentang tanda (Vera, 2014: 3)

- a. *Semantics*, yang mempelajari bagaimana sebuah tanda berkaitan dengan yang lain
- b. *Syntactics*, yang mempelajari bagaimana sebuah tanda memiliki arti dengan tanda yang lain
- c. *Pragmatics*, yang mempelajari bagaimana tanda digunakan dalam kehidupan sehari-hari

Pada dalam Vera 2014, menjelaskan ada 9 jenis semiotik saat ini yaitu:

- a. Semiotik Analitik

Semiotik analitik merupakan semiotik yang menganalisis sistem tanda. Semiotik yang berobjekkan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, objek dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang,

sedangkan makna beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu pada objek tertentu.

b. Semiotik Deskriptif

Semiotik deskriptif merupakan semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang kita alami sekarang meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang.

c. Semiotik *Faunal Zoosemiotic*

Semiotik *faunal Zoosemiotic* merupakan semiotik khususnya yang memperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan.

d. Semiotik Kultural

Semiotik Kultural merupakan semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang ada dalam kebudayaan masyarakat tertentu. Telah diketahui bahwa masyarakat sebagai makhluk sosial yang memiliki sistem budaya tertentu yang telah turun temurun dipertahankan dan dihormati. Budaya yang terdapat dalam masyarakat yang juga merupakan sistem itu, menggunakan tanda-tanda tertentu yang membedakannya dengan masyarakat lain.

e. Semiotik Naratif

Semiotik naratif merupakan semiotik yang membahas sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan (*Folklore*).

f. Semiotik Natural

Semiotik natural merupakan semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam.

g. Semiotik Normatif

Semiotik normatif merupakan semiotik yang khusus membahas sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud norma-norma.

h. Semiotik Sosial

Semiotik sosial merupakan semiotik yang khusus membahas sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud lambang, baik lambang maupun lambang rangkaian kata berupa kalimat.

i. Semiotik Struktural

Semiotik Struktural merupakan semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.

4. Semiotika Ferdinand De Saussure

Saussure melihat linguistik sebagai salah satu cabang dari “semiologi”. Aturan-aturan yang berlaku dalam linguistik juga berlaku dalam semiotika. Sebagai seorang ahli linguistik, Saussure melihat bahwa bahasa adalah jenis tanda tertentu dan semiotika adalah ilmu yang mengkaji tentang tanda, proses menanda dan menandai. Jadi, memang dapat dipahami adanya hubungan antara linguistik dengan semiotika

Sebagai seorang ahli *linguistic*, Saussure amat tertarik pada bahasa. Dia lebih memperhatikan cara tanda-tanda (atau dalam hal ini, kata-kata) terkait dengan tanda-tanda lain dan bukannya cara tanda-tanda terkait dengan objeknya. Model dasar Saussure lebih fokus

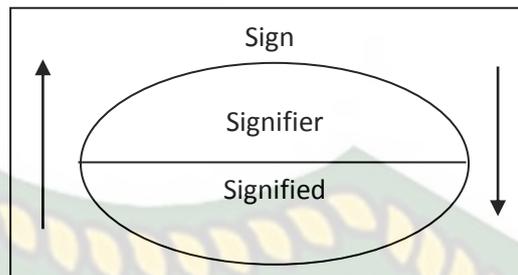
perhatiannya langsung pada tanda itu sendiri. Bagi Saussure, tanda merupakan objek fisik dengan sebuah makna; atau untuk menggunakan istilahnya, sebuah tanda terdiri atas penanda dan petanda. Penanda adalah citra tanda, seperti yang kita persepsikan, tulisan diatas kertas atau suara di udara; petanda adalah konsep mental yang diacukan pertanda. Konsep mental ini secara luas sama pada semua anggota kebudayaan yang sama yang menggunakan bahasa yang sama (John Fiske dalam Vera, 2014: 18)

Menurut Ferdinand De Saussure, tanda/symbol (termasuk bahasa) bersifat arbitari, yaitu tergantung pada impuls (rangsangan) maupun pengalaman personal pemakainya. Berdasarkan pandangan Saussure dalam satu sistem penandaan, tanda merupakan bagian tak terpisahkan dari system konvensi. Sifat arbitari ini menurut Saussure, artinya tidak ada hubungan alamiah antara bentuk (Penanda) dengan makna (pertanda) (Piliang, 2003 dalam Vera, 2014: 18). Namun, penggunaan bahasa tidak sepenuhnya arbitari, karena semua itu tergantung pada kesepakatan antar pengguna bahasa.

De Saussure menganggap bahwa seluruh yang ada didunia ini dapat disebut oleh manusia dengan bahasa yangdimilikinya, tetapi tidak seperti pakarsemiotik lainnya, dia tidak menempatkan tanda/symbol sebagai dasar komunikasi. Mengapa? *Signs do not designate objects, but rather constitute them* (symbol tidak menentukan objek, tetapi hanya sekedar sebagai gamaran atas objek).

Dia membedakan pula antara bahasa (*langue* atau *language*) dan perkataan (*Speech* atau sering disebut juga sebagai *parole*). Bahasa adalah sistem formal yang dapat dianalisis secara terpisah dari penggunaannya dikehidupan sehari-hari, sedangkan *speech* adalah penggunaan bahasa untuk mengutarakan maksud. Kita tidak dapat lagi membangun bentuk gramatika yang baru dalam struktur bahasa Inggris; *past, present, future*. Yang dapat dilakukan adalah menggunakan bentuk-bentuk gramatika itu dengan cara yang lebih beragam. Itulah perbedaan antara bahasa dengan perkataan (Little Jhon dalam Vera, 2014: 19).

Prinsip dari teori Saussure ini mengatakan bahwa bahasa adalah sebuah sistem tanda dan setiap tanda itu tersusun dari dua bagian, yakni *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Tanda adalah kesatuan dari suatu bentuk penanda (*signifier*) dengan sebuah ide atau pertanda (*signifier*) (Kaelan dalam Vera, 2014: 19). Tanda adalah seluruh yang dihasilkan dari asosiasi penanda Dengan pertanda. Hubungan antara *signifier* dan *signified* disebut sebagai *signifikasi* dan ini diwakili dalam diagram Saussure oleh panah. Garis horizontal menandai dua elemen tanda ini disebut sebagai “bar”.



Gambar 2.1 Model Saussure dari Daniel Chandler (Vera, 2014: 19)

Penanda adalah bentuk-bentuk medium yang diambil oleh suatu tanda, seperti sebuah bunyi, gambar, atau coretan yang membentuk kata di suatu halaman, sedangkan pertanda adalah konsep dan makna-makna. Hubungan antara bunyi dan bentuk-bentuk bahasa atau penanda, dengan makna yang disandangnya atau pertanda, bukan merupakan hubungan yang pasti harus selalu demikian.

Pengaturan hubungan antara penanda dengan pertanda bersifat *arbitrer* (Barker, dalam Nawiroh, 2014: 20). Penanda dan pertanda merupakan kesatuan, seperti dua sisi dari sehelai kertas. Jadi meskipun antara penanda dan pertanda tampak sebagai entitas yang terpisah-pisah, namun keduanya hanya ada sebagai komponen tanda (Kaelan, dalam Vera, 2014: 20)

Model *dyadic* dari Saussure dapat dijelaskan sebagai berikut: tanda itu adalah keseluruhan yang dihasilkan dari hubungan antara penanda dengan pertanda (Saussure dalam Vera, 2014: 20). Hubungan antara Signifier dan dan signified disebut “makna”, dan ini diwakili

dalam diagram Saussurean oleh panah. Garis horizontal menandai dua elemen tanda ini disebut sebagai “bar”. Contohnya kata “*open*” atau “buka” yang ditempel didepan toko, itu merupakan tanda yang terdiri atas: *signifier*; kata terbuka dan *signified*; toko terbuka untuk bisnis. Dalam hal ini, tanda adalah kombinasi yang dikenali dari sebuah penanda dan pertanda tertentu. Penanda yang sama (kata *open*/buka) dapat digunakan untuk *signified* yang berbeda (dengan demikian, menjadi tanda yang berbeda) jika hal itu pada tombol-tekan didalam *lift* (*push to open the door*). Demikian pula, banyak penanda bisa digunakan untuk konsep *open* (misalnya, di atas karton kemasan, garis besar kecil kotak dengan flap terbuka untuk *open this end*) (Chandler dalam Vera, 2014: 20).

Konsep semiotik yang dikembangkan oleh Ferdinand De Saussure adalah relasi antara penanda dan pertanda tidak bersifat pribadi.melainkan bersifat sosial, yakni merupakan bagian dari kesepakatan (konvensi) sosial atau yang lebih dikenal dengan signifikasi dan merupakan bagian dari sistem tanda.

5. Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa "*Da'wah*" berarti: panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut *mashdar* Sedangkan bentuk kata kerja (*fi'il*)nya adalah berarti: memanggil, menyeru atau mengajak (*Da'a, Yad'u, Da'watan*). Orang

yang berdakwah biasa disebut dengan *da'i* dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan *mad'u* (Saputra, 2011: 1-2)

Dalam pengertian istilah dakwah diartikan sebagai berikut:

- a. Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan akhirat
- b. Syaikh Ali Makhfudz, dalam kitabnya. *Hidayatul Mursyidin*, memberikan definisi dakwah sebagai berikut dakwah Islam yaitu: mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (*hidayah*), menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah dari kemungkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.
- c. Hamzah Ya'qub mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah (kebijaksanaan) untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.
- d. Menurut Prof. Dr Hamka dakwah adalah seruan panggilan untuk menganutsuatu pendirian yang pada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktivitas yang memerintahkan *amar ma'ruf nahi mungkar*.
- e. Syaikh Abdullah Ba'alawi mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak membimbing dan memimpin orang yang belum mengerti

atau sesat jalannya dari agama yang benar untuk dialihkan ke jalan ketaatan kepada Allah, menyuruh mereka untuk berbuat baik dan melarang mereka berbuat buruk agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.

- f. Menurut Muhammad Natsir dakwah mengandung arti kewajiban yang menjadi tanggung jawab seorang muslim dalam *amar ma'ruf nahi mungkar*
- g. Syaikh Muhammad Abduh mengatakan bahwa dakwah adalah menyeru kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran adalah *fardhu* yang diwajibkan kepada setiap muslim

Dari definisi definisi tersebut, meskipun terdapat perbedaan dalam perumusan, tetapi apabila diperbandingkan satu sama lain, dapatlah diambil kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut (Saputra, 2011: 2-3) :

- a. Dakwah menjadikan perilaku muslim dalam menjalankan Islam sebagai agama *rahmatan lil alamin* yang harus didakwahkan kepada seluruh manusia, yang dalam prosesnya melibatkan unsur: *da'i* (subjek), *maddah*(materi), *thoriqoh* (metode), *washilah* (media), dan *mad'u* (objek) dalam mencapai *maqashid* (tujuan) dakwah yang melekat dengan tujuan Islamyaitu mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

- b. Dakwah juga dapat dipahami dengan proses internalisasi, transformasi, transmisi dan difusi ajaran Islam dalam kehidupan masyarakat.
- c. Dakwah adalah usaha peningkatan pemahaman untuk keagamaan mengubah pandangan hidup, sikap batin dan perilaku umat yang tidak sesuai dengan ajaran Islam menjadi sesuai dengan tuntutan syariat untuk memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat

6. Pesan Dakwah

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mempunyai inti pesan atau tema sebagai pengaruh di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat disampaikan panjang lebar, namun yang perlu diperhatikan dan diarahkan adalah tujuan akhir dari pesan itu sendiri. Pesan (*message*) terdiri dari dua aspek, yaitu isi pesan (*The content of message*) dan lambang atau simbol untuk mengekspresikannya (Morissan, 2013:19).

Sedangkan dakwah ditinjau dari segi bahasa berarti: panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk perkataan tersebut dalam bahasa Arab disebut *mashdar* Sedangkan bentuk kata kerja (*fi'il*)nya adalah berarti: memanggil. menyeru atau mengajak (*Da'a, Yad'u, Da'watan*). Orang yang berdakwah biasa disebut dengan *da'i* dan orang yang menerima

dakwah atau orang yang didakwahi disebut dengan *mad'u* (Saputra, 2011: 1).

Dengan demikian yang dimaksud atas pesan dakwah itu ialah pesan-pesan atau segala sesuatu yang disampaikan oleh subyek kepada obyek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada didalam kitabullah maupun Sunnah Rasul-Nya (Yantos, 2013: 21).

Ajaran-ajaran islam tersebut dibagi menjadi tiga yaitu:

a. *Aqidah* (keimanan)

Aqidah secara etimologis adalah ikatan, sangkutan. Disebut demikian karena ia mengikat dan menjadi sangkutan atau gantungan segala sesuatu. *Aqidah* Islam mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman yang menjadi azas seluruh ajaran Islam.

b. *Syari'ah* (hukum islam)

Syari'ah bermakna asal *syari'at* adalah jalan lain ke sumber air. Istilah *syari'ah* berasal dari kata *syari'* yang berarti jalan yang harus dilalui setiap muslim. Karena itu *syari'ah* berperan sebagai peraturan-peraturan lahir yang bersumber dari wahyu mengenai tingkah laku manusia. *Syariah* dibagi menjadi 2 bidang yaitu ibadah dan *muamalah*. Ibadah adalah cara manusia berhubungan dengan Tuhan, sedangkan *muamalah* adalah ketetapan Allah yang langsung berhubungan dengan kehidupan sosial manusia, seperti hukum

warisan, berumah tangga, jual beli, kepemimpinan dan amal-amal lainnya.

c. Akhlak

Akhlak adalah bentuk jamak dari *khuluq* yang secara etimologis berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabiat. Akhlak bisa berarti positif dan bisa pula negatif. Yang termasuk positif adalah akhlak yang sifatnya benar, amanah, sabar dan sifat baik lainnya. Sedang yang negatif adalah akhlak yang sifatnya buruk, seperti sombong, dendam, dengki dan khianat.

7. Dakwah dan Komunikasi

Dakwah sebagai proses informasi nilai-nilai keislaman membutuhkan apa yang dinamakan proses pengomunikasian. Kandungan ajaran Islam yang didakwahkan merupakan sekumpulan pesan-pesan yang dikomunikasikan kepada manusia. Disinilah berlaku pola proses dakwah dengan proses komunikasi.

Apalagi bahwa ajaran-ajaran keagamaan tidak semuanya berupa bentuk keterangan yang gamblang. Sebaliknya kebanyakan pesan keagamaan justru berupa lambing-lambang atau simbol-simbol yang harus diuraikan dan diinterpretasikan, agar dapat dipahami oleh manusia. Sehingga peran komunikasi secara umum bagi dakwah sangat dominan.

Menurut Osgood, proses komunikasi ditinjau dari peranan manusia dalam hal memberikan Interpretasi (penafsiran) terhadap lambang-lambang tertentu (*message* = pesan). Pesan-pesan yang disampaikan (*encode*) kepada komunikan (dalam bahasa dakwah disebut *mad'u*) untuk kemudian ditafsirkan (*interpretant*) dan selanjutnya disampaikan kembali kepada pihak komunikator, dalam bentuk pesan-pesan baik berupa *feedback* atau respons tertentu sebagai efek dari pesan yang dikomunikasikan (Saputra, 2011: 226).

Jika dianalisis keseluruhan proses dakwah, sampai pada tahapan tanggapan *mad'u*, serta pelaksanaan ajaran keagamaan sebagai hasil dari proses dakwah, maka dapat dilihat bahwa terjadi keselarasan antara proses komunikasi dengan proses dakwah. Maka wajar saja jika banyak orang yang mengatakan bahwa proses dakwah adalah proses komunikasi itu sendiri. Tentu saja yang dimaksud adalah proses komunikasi keagamaan. Maka, sebagaimana kebutuhan Ilmu Dakwah terhadap disiplin ilmu yang lain, di sini Ilmu Dakwah dapat dikembangkan melalui Ilmu Komunikasi. Namun agak berbeda dengan disiplin yang lain, maka Ilmu Komunikasi juga menemukan bentuk yang sangat aplikatif dan responsifisme yang sangat real dalam proses dakwah seperti ini. Proyek proses dakwah dapat menjadi uji coba dan alat ukur bagi perkembangan Ilmu Komunikasi di tingkat praktis dan dalam skala lokal Muslim Indonesia.

Ditinjau dari aspek praktis ini, dapat juga dinyatakan sebagaimana halnya dengan komunikasi, dakwah menyatu dengan manusia dalam kerangka membentuk suatu komunitas atau masyarakat. Jadi tampaknya memang antara komunikasi dengan dakwah sebagai proses yang sama-sama dibutuhkan oleh manusia, bersamaan juga dengan sejarah kelahiran manusia itu sendiri.

Dakwah dalam kerangka proses komunikasi inilah yang didalam berbagai istilah Islam disebut sebagai *tabligh*, yang menjadi inti dari komunikasi dakwah. *Tabligh* di sini harus lebih luas. Sebab makna *tabligh* sebenarnya adalah proses penyampaian pesan keagamaan secara keseluruhan, bukan semata-mata pengajian umum sebagaimana selama ini dipahami.

Apalagi jika *tabligh* ini dikaitkan dengan sifat dan fungsi utama Rasul, tidak mungkin ini diartikan sebagai “menyampaikan” pesan keagamaan saja, apalagi dibatasi dengan penyampaian hanya secara lisan, Fungsi *tabligh* terkait erat dengan tugas kerisalahan, di mana *tabligh* di sini merupakan keharusan tugas dan efek bagi orang Muslim, karena islam merupakan agama Risalah dan dakwah.

Sehingga istilah *tabligh* disini tampaknya lebih pas jika diartikan sebagai proses penyampaian pesan atau risalah keagamaan, melalui berbagai metode, bermacam media, dan mencakup materi-materi keagamaan umumnya, sehingga manusia yang menjadi sasarannya dapat menerima dan memahami pesan dari *tabligh* tersebut,

baik dalam bentuk *feedback* langsung (menolak atau menerima) atau responsi perbuatan langsung. Sehingga Endang Saefuddin Anshari mengartikan dakwah secara terbatas sebagai menyampaikan Islam kepada manusia baik dengan lisan, secara tulisan, atau secara lukisan (panggilan, seruan, ajakan kepada manusia kepada Islam).

Sehingga tampak bahwa istilah *tabligh*, yang menyatu dalam sifat Rasul memiliki kandungan makna yang dan luas, serta sangat futuristik. Dari istilah inilah menjadi tampak bahwa fungsi kerasulan tidak hilang, walaupun secara fisik Rasulullah itu sendiri sudah wafat. Di sini pula terdapat sebagian relevansi dari istilah religius tentang fungsi dan tugas ulama yang disebut sebagai *waratsat al-anbiya'*. Istilah *tabligh* merupakan istilah yang terkait erat dengan fungsi ulama ini.

Dakwah merupakan kegiatan ajakan kepada manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat. Sementara Ilmu Dakwah secara umum adalah suatu ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara dan tuntunan bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia untuk menganut, menyetujui, melaksanakan suatu ideologi pendapatan tertentu.

Dalam hal ini komunikasi dan sebagian dari ilmu Komunikasi memiliki peran agar dengan proses dakwah yang melibatkan komunikasi tersebut, dapat terjadi penjabaran, penerjemahan, dan pelaksanaan Islam dalam perikehidupan dan penghidupan manusia,

yang di dalamnya termasuk politik, ekonomi, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, kesenian, kekeluargaan, dan sebagainya (Saputra, 2011:229).

Pembahasan tentang Ilmu Dakwah tidak lepas dari kajian tentang lapangan dakwah yang cukup luas, mencakup semua aktivitas manusia itu sendiri. Pembahasannya juga melibatkan adanya kewajiban dakwah bagi setiap Muslim, yang sifatnya adalah *conditio sine quanon*, tidak mungkin dihindarkan dari kehidupannya. Dakwah karenanya melekat erat bersamaan dengan pengakuan seorang yang mengidentifikasi diri sebagai penganut Muslim. Sebagai setiap Muslim, dia adalah seorang juru dakwah.

Dalam kerangka ini, perlu dipahami dakwah merupakan proses menyatakan sebagai bagian integral dari dakwah secara keseluruhan. Maka fungsi komunikasi bagi seorang Muslim merupakan bagian yang integral pula dari kehidupannya. Dengan komunikasi itu ia dapat menyatakan *din*, dan dapat menyampaikan yang diinginkannya kepada pihak lain. Sebagai acuan umum dalam dakwah, terdapat pernyataan Al-Qur'an, bahwa dakwah disampaikan dengan al-hikmah, yang sering diartikan dalam pengertian bijaksana, yaitu suatu pendekatan sedemikian rupa terhadap pihak komunikan, sehingga seakan-akan apa yang dilakukan oleh pihak komunikan timbul atas keinginannya sendiri, tidak merasa ada paksaan, konflik, apalagi perasaan tertekan.

Dalam bahasa komunikasi, hikmah menyangkut apa yang disebut sebagai *frame of reference and field experience*, yaitu situasi yang mempengaruhi sikap dari pihak komunikan. Dapat dikatakan bahwa bi al-hikmah merupakan suatu metode pendekatan komunikasi yang dilakukan atas dasar *persuasive*. Karena dakwah bertumpu secara *human oriented*, maka konsekuensi logisnya adalah pengakuan dan penghargaan pada pihak-pihak yang bersifat demokratis adalah suatu bidang yang penting untuk diperhatikan dalam proses dakwah tersebut, sehingga fungsi dakwah yang sangat menonjol dalam hal ini adalah fungsi yang bersifat informatif, menyampaikan semata mata.

Dalam hal ini, dakwah ditinjau dari segi komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan-pesan berupa ajaran Islam yang disampaikan secara persuasif dengan harapan agar komunikan dapat bersikap dan berbuat amal saleh sesuai dengan ajaran didakwahkan. Pada konteks inilah kemunculan mubaligh-mubaligh kenamaan yang dipopulerkan melalui media massa (terutama televisi), mendapatkan posisinya. Para da'i populer seperti Abdullah Gymnastiar, Muhammad Arifin Ilham, Ihsan Tanjung, Jefri Al-Buchory, dan sebagainya merupakan sosok mubaligh-mubaligh "instant" yang berhasil, bukan hanya karena "penguasaan" agamanya saja, namun menjadi besar justru karena kemampuan komunikasi, baik alat maupun teori dan cara yang mereka pakai, yang lebih dekat ke arah komunikasi daripada "dakwah" dalam arti konvensional (Saputra, 2011: 230-231).

Dapat dikatakan bahwa proses dakwah merupakan bentuk komunikasi itu sendiri, tetapi bukan komunikasi semata. Dakwah adalah komunikasi khas, yang membedakan dengan komunikasi secara umum adalah cara dan tujuan yang akan dicapai. Tujuan dari komunikasi mengharapkan adanya partisipasi dari komunikan atas ide-ide atau pesan yang disampaikan sehingga dengan pesan-pesan tersebut terjadi perubahan sikap tingkah laku yang diharapkan. Dalam dakwah demikian juga, seorang da'i sebagai komunikator, yang diharapkan partisipasinya, dalam memengaruhi umat/komunikan dan kemudian berharap agar umat/komunikan dapat bersikap dan berbuat sesuai isi pesan yang disampaikan oleh *da'i*/komunikator.

Ciri khas yang membedakannya adalah terletak pada pendekatannya yang dilakukan secara persuasif, dan tujuannya yaitu mengharapkan terjadinya perubahan/pembentukan sikap dan tingkah laku sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam. Dakwah adalah proses komunikasi, namun tidak semua komunikasi menjadi proses dakwah.

Kekhasan dakwah sebagai proses komunikasi ini dapat kita perhatikan dari segi:

1. Pelakunya (komunikator) adalah *da'i* atau mubaligh. Dalam Al-Qur'an profesi ini harus khusus, khusus mendalami ajaran Islam yang kemudian disampaikan kepada umat. Jadi *da'i* atau mubaligh seharusnya merupakan pilihan profesi, bukan sampingan aktivitas,

dan konsekuensinya masyarakat atau pemerintah berkewajiban terhadap *da'i* sehubungan dengan profesinya itu.

2. Pesan utama dakwah adalah risalah Allah yang mencakup: (1) menyempurnakan hubungan manusia dengan *Khaliq* nya, *hablun minAllah* atau *mu'amalah ma'a al-Khaliq*, (2) menyempurnakan hubungan manusia dengan sesama manusia, *hablun minannas*, atau *mu'amalah ma'a al nas*, (3) mengadakan keseimbangan antara keduanya dan mengaktifkannya agar sejalan dan berjalani, untuk kepentingan semata
3. Metode pendekatan yang dipakai yang secara garis besar ditentukan oleh Al-Qur'an, *bil al-hikmah, al mau'izhatil al- hasanah, wajadilhum bi al lati hiya ahsan*. Dari pendekatan ini kemudian dikembangkan dalam bentuk aneka ragam metode dakwah. Demikian pula menyangkut metode pengembangan ilmu dakwahnya.
4. Tujuan komunikasi dakwah adalah amar ma'ruf nahi mungkar, dan juga penyempurnaan akhlak.

Antara dakwah dan komunikasi terdapat kesamaan dalam beberapa segi juga perbedaan dalam cara dan tujuan yang dihasilkan dalam proses masing-masing. Komunikasi dalam hal ini memiliki sifat netral secara keilmuan, sementara dakwah dan ilmunya, mau tidak mau tetap tidak netral dalam hasil yang diinginkannya. Dakwah memiliki tujuan yang sifatnya absolut, sementara komunikasi tidak. oleh

karenanya penyusunan dan pengembangan wacana keilmuan dakwah relatif lebih sulit dan lambat dibanding perkembangan komunikasi dengan ilmunya.

Namun, satu hal yang menjadi titik temu antara keduanya, bahwa pengembangan metode dakwah dan metode pengembangan dakwah beserta ilmunya, sebagaimana komunikasi dan ilmunya dapat merambah ke dalam bidang-bidang lain, dalam upaya mewujudkan nilai pesan yang ingin dihasilkan.

Memerhatikan uraian di atas, tentu saja dapatlah diterima jika kemudian muncul jenis disiplin baru yang dinamakan "komunikasi dakwah". Tujuannya tidak jauh dari tujuan dakwah, namun terkombinasi dengan tujuan komunikasi, yaitu:

1. Bagi setiap pribadi Muslim, dengan melakukan dakwah berarti bertujuan untuk melaksanakan salah satu kewajiban agama, dan memenuhi kebutuhan eksistensi dirinya dalam agama.
2. Tujuan dari komunikasi dakwah ini, adalah terjadinya perubahan tingkah laku, sikap atau perbuatan yang sesuai dengan pesan kerisalahan Al-Quran dan Sunnah.

Dengan pola tersebut, maka seharusnya dakwah dan keilmuan dakwah dapat bersentuhan dengan berbagai bidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkembang, dimana metode keilmuan dakwah menjadi basis bagi aplikasi nilai-nilai keislaman diberbagai bidang

kehidupan manusia, serta mewarnai berbagai profesi kemasyarakatan dan kemanusiaan.

Jadi tampak bahwa dakwah adalah bentuk komunikasi yang khas, atau bisa disebut sebagai komunikasi-plus. Perbedaan terjadi khususnya pada sumber, komunikator, pesan, *approach* dan tujuan. Sampai pada tingkat inilah maka dakwah, di mana pelakunya adalah *da'i* atau mubaligh dituntut menjadi profesi pilihan, yang memerlukan keahlian khusus pula. Maka sampai di sini pulalah dibutuhkan Ilmu Dakwah yang khusus, sehingga meniscayakan adanya konsep jelas keilmuan dakwah yang tentu sifatnya independen atau mandiri sebagai ilmu yang khusus.

8. Kaitan Semiotika dan Komunikasi

Susan Langer mengatakan bahwa seluruh makhluk hidup menggunakan simbol sebagai alat berkomunikasi. Dalam proses komunikasi manusia, penyampaian pesan menggunakan bahasa, baik verbal maupun nonverbal. Bahasa terdiri atas simbol-simbol, yang mana simbol tersebut perlu dimaknai agar terjadi komunikasi yang efektif. Manusia memiliki kemampuan dalam mengelola simbol-simbol, kemampuan ini mencakup empat kegiatan, yakni menerima, menyimpan, mengelola, dan menyebarkan simbol-simbol (Vera, 2014:6).

Semiotik memiliki daya tarik tersendiri dalam sebuah penelitian, karena semiotika memiliki jangkauan yang cukup luas dalam wilayah kajian yang aplikatif, dan tersebar pada beberapa disiplin ilmu. Semiotika dalam kajian ilmu komunikasi juga memiliki jangkauan luas. Semiotika dapat diterapkan pada berbagai level dan bentuk komunikasi, seperti komunikasi massa, komunikasi antarbudaya, komunikasi politik dan sebagainya. Dalam Komunikasi massa misalnya, kajian semiotika dapat diaplikasikan pada film, televisi, iklan, lagu, foto, jurnalistik, dan lain-lain. Inilah yang membuat semiotika menjadi sebuah ilmu yang unik dan menarik (Vera, 2014:10).

Kelemahan semiotika sebagai suatu metode tafsir tanda adalah sifatnya yang subjektif, karena pada dasarnya menafsirkan tanda adalah subjektivitas si penafsir, ini pula yang menjadikan semiotika diragukan keilmiahannya. Pandangan kelompok objektivis, positivis meragukan semiotika sebagai sebuah metode dalam penelitian, baik secara epistemologis, ontologis, maupun aksiologisnya. Kelompok kritis maupun konstruktivis memiliki pandangan yang berbeda. Menurut kelompok ini, tanda yang tersebar dalam bentuk pesan-pesan dalam komunikasi massa misalnya, dikemas dalam bungkus ideologi yang tersamar. Tanda sering dikemas dalam selimut bahasa yang dapat bermakna denotasi maupun konotasi. Sebagai contoh, seorang penulis liril lagu mencurahkan ide, gagasan maupun kritik sosial melalui susunan kata berupa tanda yang kadang sulit dimaknai. Disinilah peran

semiotika sebagai sebuah metode untuk membongkar diskriminasi gender dalam iklan, majalah, sinetron, dan lain-lain semuanya dapat dibedah dengan metode semiotika (Vera, 2014:11).

9. Musik dan Lirik Lagu

Kosasih berpendapat bahwa musik merupakan tempat dimana manusia dapat mencurahkan perasaan hati, tempat melukiskan getaran jiwa khayal yang timbul dalam pikiran yang mana tak dapat dicetuskan dengan perantaraan kata-kata, perbuatan atau dengan perantaraan salah satu bidang seni lain. Hal tersebut sesuai dengan Soeharto mengatakan bahwa musik adalah pengungkapan gagasan melalui bunyi, yang unsur dasarnya berupa melodi, irama, dan harmoni, dengan unsur pendukung berupa bentuk gagasan, sifat, dan warna bunyi. Namun dalam penyajiannya, seiring dengan unsur-unsur lain seperti bahasa, gerak ataupun warna (Priambodo, 2014: 23)

Lirik lagu merupakan ekspresi seseorang tentang suatu hal yang sudah dilihat, didengar maupun dialaminya. Dalam mengekspresikan pengalamannya, penyair, pencipta lagu melakukan permainan kata-kata dan bahasa untuk menciptakan daya tarik dan kekhasan terhadap lirik atau syairnya. Permainan bahasa ini dapat berupa permainan vokal, gaya bahasa maupun penyimpangan makna kata dan diperkuat dengan penggunaan melodi dan notasi musik yang disesuaikan dengan lirik

lagunya sehingga pendengar semakin terbawa dengan apa yang dipikirkan pengarangnya (Priambodo, 2014: 30).

10. Musik Religi

Musik menurut bahasa adalah bunyi yang diterima oleh individu yang berbeda-beda berdasarkan sejarah, lokasi, budaya, dan sebagainya. Musik religi dapat diartikan sebagai bunyi dalam lirik dan lagu yang mengandung nilai dakwah dan dapat mendekatkan diri seorang hamba kepada Sang Pencipta, Allah Swt (Dani & Guli, 2010: 1).

Dengan kata lain, musik religi Islam bisa diartikan sebagai bunyi dalam lirik dan lagu yang mengandung nilai dakwah apabila diperdengarkan dalam bentuk live atau melalui media visual, elektronik, seperti radio, televisi dan dalam bentuk digital dengan bantuan ipod, maka pendengar atau penikmat merasa lebih dekat kepada Sang Pencipta, Allah Swt atau merasa terdugah sehingga menimbulkan suatu emosi dalam diri.

Lirik ataupun syair musik religi merupakan kekuatannya sendiri karena mengandung makna yang lebih mendalam dan sarat pesan yang tentu saja harus dimaknai oleh orang yang mendengarkannya sesuai kebutuhan, kegemaran dan latar belakang orang yang bersangkutan. Oleh karena itu, lirik musik religi mampu mendamaikan suasana hati seseorang yang mungkin hatinya sedang galau, senang, gelisah, sedih dan sedang jatuh cinta, beranjak ke arah sesuatu yang ditujunya yakni

untuk mendapatkan sesuatu yang lebih damai, tenteram, dan bahkan mampu menambah keimanan setidak-tidaknya mengingatkannya. Musik religi terkadang merupakan bentuk nyata dari yang diamalkan oleh seseorang setelah mendengar musik berirama dakwah khas Islam ayng tentu saja tidak membatasi pihak lain yang berbeda iman dan kepercayaan untuk mereguk nikmat irama dan syair musik religi khas Islam (Dani & Guli, 2010: 2).

B. Definisi Operasional

1. Semiotika adalah ilmu yang membantu komunikasi dalam memaknai suatu pesan yang disampaikan melalui media dalam bentuk tanda atau simbol. Tanda dapat dianalisis dengan sembilan jenis semiotik, salah satunya semiotik deskriptif.
2. Pesan dakwah adalah pesan yang disampaikan kepada manusia yang berdasarkan dari Al-Qur'an dan Sunnah. Pesan dakwah yang akan dianalisis yakni aqidah, dan syariah.
3. Lirik lagu adalah kata-kata yang mewakili perasaan pribadi guna mengekspresikan sesuatu. Lirik lagu yang menjadi objek analisis yakni lirik lagu Sepohon Kayu.

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Nama Peneliti (tahun)	Judul	Hasil Penelitian
1.	Bagus Sujatmiko, Ropingi el Ishaq Jurnal Komunika, Vol. 9, No. 2, Juli - Desember 2015	Pesan Dakwah Dalam Lagu "Bila Tiba"	Pesan yang disampaikan dalam lagu ini adalah perenungan agar manusia selalu ingat kepada kematian. Agar mengurangi berbuat kemaksiatan dan meningkatkan amal ibadah untuk menyambut kedatangannya. Karena mati tidak dapat diprediksi kapan datangnya, dan manusia tidak pernah bisa lari untuk menghindarinya. Dan kematian adalah hal yang mutlak bagi setiap yang bernyawa. Untuk itu, bagi makhluk yang memiliki akal, sudah sepantasnya
2.	Yantos Jurnal Risalah Vol. XXIV, Edisi 2, November 2013	Analisis Pesan-Pesan Dakwah Dalam Syair-Syair Lagu Opick	Syair-syair dalam lagu-lagu karya Opick mengandung pesan-pesan dakwah. Pesan-pesan dakwah yang terdapat didalam lagu Opick bervariasi dipandang dari sifat dan materi dakwah. Pada lagu Marhaban Ya Ramadhan, sifat dakwah lebih cenderung ke Akhlak dan materi dakwah lebih cenderung kepersuasif. Pada lagu Astaghfirullah, sifat dakwah lebih cenderung ke Akhlak dan Akidah dan materi dakwah lebih cenderung kecoersif. Pada lagu Bila Waktu Telah Berakhir, sifat dakwah

			lebih cenderung ke Akhlakdan materi dakwah lebih cenderung kecoersif.
3.	Acep Aripudin, M.Rois Rizwan Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 4 No. 13 Januari-Juni 2009	Materi Dakwah Pada Grup Musik Non-Religi (Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Lirik Lagu Grup Band GIGI Pada Album Raihlah Kemenangan)	Dari hasil analisa terhadap lagu-lagu religi GIGI, pesan-pesan dakwah yang ada dalam album religi (Raihlah Kemenangan) tersebut mengandung pesan akidah, syariah, dan akhlak. Hal inilah yang menjadi tujuan grup GIGI dalam album "Raihlah kemenangan" tersebut, agar remaja yang kebetulan mayoritas fans GIGI atau para penikmat musik beraliran rock, dapat menerima pesan-pesan dakwah dari album religinya tersebut.

Dari tabel penelitian terdahulu diatas terdapat beberapa persamaan dan perbedaan, yaitu :

1. Bagus Sujatmiko dan Ropingi el Ishaq dengan judul “Pesan Dakwah Dalam Lagu Bila Tiba” dalam Jurnal Komunika, Vol. 9, No. 2, Juli - Desember 2015

Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Bagus Sujatmiko & Ropingi el Ishaq yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan semiotika serta menganalisis mengenai pesan dakwah. Perbedaan penelitian peneliti dan penelitian yang dilakukan oleh Bagus

Sujatmiko & Ropingi el Ishaq yaitu penelitian terdahulu meneliti mengenai pesan dakwah dalam lagu “Bila Tiba” sedangkan penelitian peneliti meneliti mengenai pesan dakwah melalui lirik lagu Sepohon Kayu.

2. Yantos dengan judul “Analisis Pesan-Pesan Dakwah Dalam Syair-Syair Lagu Opick” dalam Jurnal Risalah Vol. XXIV Edisi 2, November 2013

Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Yantos yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan Penelitian peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Yantos yaitu penelitian terdahulu meneliti mengenai analisis pesan-pesan dakwah dalam syair-syair lagu Opick sedangkan penelitian peneliti meneliti mengenai pesan dakwah melalui lirik lagu Sepohon Kayu.

3. Acep Aripudin dan M. Rois Rizwan dengan judul “Materi dakwah Pada Grup Musik Non-Religi (Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Lirik Lagu Grup Band Gigi Pada Album Raihlah Kemenangan)”

Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Acep Aripudin & M.Rois Rizwan yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian peneliti dan penelitian yang dilakukan oleh Acep Aripudin & M.Rois Rizwan yaitu penelitian terdahulu meneliti mengenai materi dakwah pada grup musik non-religi (analisis isi pesan dakwah dalam lirik

lagu grup band Gigi pada album “Raihlah Kemenangan”) sedangkan penelitian peneliti meneliti mengenai pesan dakwah dalam lirik lagu Sepohon kayu.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau