BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Kajian Pustaka

1. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab "da'wah" (الدعوة). Da'wah mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal, 'ain,* dan *wawu.* Dari ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi.[13]

Sedangkan definisi dakwah secara terminologi telah banyak dibuat para ahli, diantaranya

a. Asmuni Syukir : Dakwah Islam adalah suatu usaha atau proses yang diselenggarakan dengan sadar dan terencana untuk mengajak manusia ke jalan Allah SWT, memperbaiki situasi ke arah yang lebih baik (dakwah bersifat pembinaan dan pengembangan) dalam rangka mencapai tujuan tertentu, yaitu hidup bahagia di dunia dan akherat.[14]

b. Prof.A.Hasjmy : Dakwah Islamiyah yaitu mengajak orang lain untuk menyakini dan mengamalkan aqidah dan syariah Islamiyah

[13] Aziz M Ali, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi,* (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2004), h. 6
[14] Syukir Asmuni, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya, Al-Iklas, 1983), h. 21

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang terdahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri.[15]

c. Nur Syam : Dakwah adalah proses merealisasikan ajaran Islam dalam dataran kehidupan manusia dengan strategi, metodologi, dan sistem dengan mempertimbangkan dimensi religio-sosio-psikhologis individu atau masyarakat agar target maksimalnya tercapai.

d. Asep Muhiddin : Dakwah adalah upaya memperkenalkan Islam yang merupakan satu-satunya jalan hidup yang benar dengan cara yang menarik, bebas, demokratis, dan realistis menyentuh kebutuhan primer manusia.[16]

Dari beberapa definisi dakwah yang dikemukakan para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa arti dakwah adalah mengajak orang lain untuk berbuat baik sesuai syariat Islam.

Film Sang Pencerah merupakan film bernuansa dakwah, ini bisa dilihat dari agedan film tersebut misalnya istri KH Ahmad Dahlan menggunakan kerudung, adanya adegan yang membaca al qur'an, Dahlan menunaikan haji, melakukan sholat berjama'ah, sholat terawih, mengaji, ceramah agama yang mengajak berbuat baik dan lainnya.

---

[15] Munir Samsul Amin, *Ilmu Dakwah,* (Jakarta, Amzah, 2009), h. 3

[16] Aziz M Ali, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi,* (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2004), h.16

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Unsur-Unsur Dakwah

Dalam kegiatan dakwah ada beberapa unsur yang harus dipenuhi demi keberhasilan proses dakwah. Dan unsur-unsur tersebut meliputi:

a. Da'i

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau bentuk organisasi atau lembaga.[17] Menurut pengertian tersebut dapat diartikan bahwa setiap muslim secara otomatis menjadi juru dakwah. Maka yang dikenal sebagai da'i atau komunikator dapat dikelompokkan menjadi:

1) Secara umum adalah setiap muslim yang *mukallaf* (sudah dewasa). Kewajiban dakwah telah melekat tak terpisahkan pada mereka sesuai dengan kemampuan masing-masing sebagai realisasi perintah Rasulullah untuk menyampaikan Islam kepada semua orang walaupun hanya satu ayat.
2) Secara khusus adalah muslim yang telah mengambil spesialisasi (*mutakhashish*) di bidang agama Islam, yaitu ulama dan sebagainya

b. Mad'u

Mad'u adalah manusia yang menjadi mitra dakwah atau menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik secara individu, kelompok, baik yang beragama Islam maupun

[17] Ilaihi Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2010), h. 19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Muhammad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan, yaitu:

1) Golongan cerdik cendekiawan yang cinta kebenaran dan dapat berpikir secara kritis, cepat menangkap persoalan.
2) Golongan awam, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
3) Golongan yang berbeda dengan golongan di atas adalah mereka yang senang membahas sesuatu, tetapi hanya dalam batas tertentu, tidak sanggup mendalami benar.

c. Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan da'i kepada mad'u. Pada prinsipnya, pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu al-Qur'an dan Hadits.

d. Media Dakwah

Media berasal dari bahasa Latin medius yang secara harfiah berarti perantara, tengah atau pengantar. Dalam bahasa Inggris media merupakan bentuk jamak dari medium yang berarti tengah, antara, rata-rata. Dari pengertian ini ahli komunikasi mengartikan media sebagai alat yang menghubungkan pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (penerima pesan). Dalam bahasa Arab media sama dengan *wasilah* (وسيلة)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau dalam bentuk jamak, *wasail* (وسائل) yang berarti alat atau perantara. Maka, media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah.[18]

Secara lebih spesifik, yang dimaksud dengan media dakwah adalah alat-alat fisik yang menjelaskan isi pesan atau pengajaran, seperti buku, film, video kaset, slide, dan sebagainya.

Seorang da'i sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai, agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen-komponen (unsur) dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponen adalah media dakwah.

Banyak alat yang bisa dijadikan media dakwah. Secara lebih luas, dapat dikatakan bahwa alat komunikasi apapun yang halal bisa digunakan sebagai media dakwah. Alat tersebut dapat dikatakan sebagai media dakwah bila ditujukan untuk berdakwah. Ada tiga macam media, yaitu : media auditif, media visual, dan media audio visual.

1. Media auditif

   Media auditif (*al-sam'*) tidak banyak jenisnya dibandingkan media visual. Tetapi media ini lebih efektif dalam menangkap pesan dakwah dibanding media visual, sekitar 20-25 % (Toha Yahya Omar, 1992: 56) menurut hasil

[18] Aziz M Ali, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi,* (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2004), h. 404

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian.[19] Oleh sebab itu al Qur'an menyebut kata *al-sam'* dalam bentuk tunggal tidak bentuk jamak yaitu *al-sum'ah.* Karenanya, orang yang buta masih dapat menerima informasi dan pengetahuan dari pada orang yang tuli. Kita masih menjumpai orang yang buta menghafal al-Qur'an. Selain itu, media auditif bisa menerima pesan dakwah tanpa memperhatikan arah asalnya. Yang termasuk media auditif ada dua yaitu radio dan *cassete / tape recorder.*

a) Radio

Media ini amat penting dijadikan media dakwah sebab media ini memiliki beberapa kelebihan yaitu:

1) Bersifat langsung.
2) Siaran radio tidak mengenal jarak dan rintangan.
3) Radio siaran mempunyai daya tarik yang kuat. Daya tarik ini ialah disebabkan sifatnya yang serba hidup berkat tiga unsur yang ada padanya, yakni: musik, kata-kata, dan efek suara.
4) Biayanya relatif murah.
5) Mampu menjakangkau tempat-tempat terpencil.
6) Tidak terhambat oleh kempuan baca dan tulis.

b) Cassete / tape recorder

[19] Aziz M Ali, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi,* (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2004), h. 410

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Media yang dapat merekam suara pendakwah ini telah berkembang lebih canggih. Tidak lagi menggunakan kaset yang susah dimasukkan ke saku. Sekarang cukup dengan alat sebesar jari kelingking semacam MP3 sudah dapat merekam pesan-pesan dakwah berpuluh-puluh jam. Dakwah dengan rekaman harus dipersiapkan lebih matang baik isi pesan maupun intonasi suara. Tidak sedikit pendengar lebih menyukai suara pendakwah daripada performan orangnya.

2. Media visual

Yang termasuk media visual (media pandang, artinya yang bisa dilihat) adalah:

a) Pers

Dalam arti sempit pers adalah media massa cetak seperti surat kabar, majalah, tabloid dan sebagainya. Sedangkan dalam arti luas meliputi media massa elektronik yaitu televisi dan radio. Pers memiliki tiga fungsi utama dan fungsi sekunder. Fungsi utama media ini adalah:

1) *to inform* (menginformasikan kepada pembaca secara objektif tentang apa yang terjadi dalam suatu komunitas, negara dan dunia.

2) *to comment* (mengomentari berita yang disampaikan dan mengembangkannya ke dalam fokus berita.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) *to provide* (menyediakan keperluan informasi bagi pembaca yang membutuhkan barang dan jasa melalui pemasangan iklan di media.

Sedangkan fungsi sekunder media pers adalah:

1) Untuk mengkampanyekan proyek-proyek yang bersifat kemasyarakatan, yang sangat diperlukan untuk membantu kondisi-kondisi tertentu.
2) Memberikan hiburan kepada pembaca dengan sajian cerita komik, kartun dan cerita-cerita khusus.
3) Melayani pembaca sebagai konselor yang ramah, menjadi agen informasi dan memperjuangkan hak.

Dari beberapa fungsi pers yang disebutkan di atas maka fungsi yang paling menonjol pada surat kabar adalah fungsi pemberi informasi.

Media ini amat besar pengaruhnya, jika bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah. Ia termasuk dari beberapa media massa pembentuk opini masyarkat. Dakwah melalui media ini dapat berbentuk berita-berita ke-Islaman, penulisan artikel-artikel, konsultasi keagamaan dan sebagainya.

Pers sebagai media dakwah memiliki beberapa keunggulan, yaitu:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Memberikan kesempatan untuk memilih pesan dakwah sesuai dengan kemampuan dan kepentingannya.
2) Tidak terikat oleh suatu waktu dalam mencapai khlayaknya. Dengan demikian ia dapat menimbulkan efek berganda yang bertumpu pada accumulative effect. Hal ini tidak dapat dijumpai pada media yang lain.
3) Dapat mengembangkan suatu topik yang diinginkan. Maksudnya topik yang ada dapat dikembangkan melalui media yang lain misalnya radio, film dan telivisi.
4) Dapat hidup dan berkembang dalam keadaan yang tidak diikat oleh standar tertentu dalam hal isi keseluruhan dibanding pada media yang lainnya.

Memiliki prestise yang tinggi. Justru karena dalam pembentukan prestise yang bersifat khusus, media ini dapat membentuk kebiasaan pembaca yang di dalamnya tercakup perhatian dan kesenangan untuk membaca. Atas dasar ini pula maka seseorang akan sangat mudah dipengaruhi oleh bacaannya.

b) Majalah

Majalah juga memiliki kekuatan pengaruh sebagaimana surat kabar. Saat ini telah banyak majalah yang secara khusus menyatakan sebagai majalah dakwah Islam. Tipe majalah ditentukan oleh sasaran khalayak yang dituju.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Artinya, redaksi sudah menentukan siapa yang akan menjadi pembacanya. Ada majalah berita, keluarga, wanita, pria, remaja wanita, remaja pria, anak-anak, ilmiah popular, umum, hukum, pertanian, humor, olahraga, daerah.

c) Surat

Surat ialah setiap tulisan yang berisi pernyataan dari penulisnya dan dibuat dengan tujuan penyampaian informasi kepada pihak lain.

Saat ini telah ada surat elektronik (disingkat ratel atau surel atau surat-e) atau pos elektronik (disingkat pos-el) atau nama umumnya dalam bahasa Inggris, e-mail yaitu sarana kirim mengirim surat melalui jalur internet. Dengan surat tertulis di atas kertas saja bisa menjangkau seluruh dunia apalagi melalui surat-e melalui internet. Dengan surat-e dimana seseorang dapat langsung berinteraksi dengan sekian banyak orang dalam waktu yang amat singkat baik sesama muslim maupun dengan masyarakat non-muslim.

d) Poster atau plakat

Poster atau plakat adalah karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar. Pengaplikasiannya dengan ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perhatian mata sekuat mungkin. Dakwah dengan poster berarti dakwah dengan ketertarikan dan ingatan.

e) Buku

Buku adalah kumpulan kertas atau bahan lainnya yang dijilid menjadi satu pada salah satu ujungnya dan berisi tulisan atau gambar. Setiap sisi dari sebuah lembaran kertas pada buku disebut sebuah halaman. Beberapa contoh buku: buku daras, novel, majalah, kamus, buku komik, ensiklopedia. Seiring dengan perkembangan dalam bidang dunia informatika, kini dikenal pula istilah e-book atau buku-e (buku elektronik) yang mengandalkan komputer dan internet (jika aksesnya online).

Buku-e atau buku elektronik adalah versi elektronik dari buku. Jika buku terdiri dari kumpulan kertas yang dapat berisikan teks atau gambar, maka buku-e berisikan informasi yang juga dapat berwujud teks atau gambar. Dewasa ini buku-e diminati karena ukurannya yang kecil bila dibandingkan dengan buku, dan juga umumnya memiliki fitur pencarian, sehingga kata-kata dalam buku-e dapat dengan cepat dicari dan ditemukan.

Dakwah dengan buku adalah investasi masa depan. Boleh jadi penulisnya telah wafat, tetapi ilmunya terus dibaca lintas generasi dan memberikan pahala yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengalir. Pendakwah melalui karya tulis buku memiliki beban psikologis lebih ringan daripada pendakwah lisan.

f) Internet

Internet berasal dari kepanjangan *International Connection Networking*. *International* berarti global atau seluruh dunia; *connection* berarti hubungan komunikasi, dan *networking* berarti jaringan. Dengan demikian, internet adalah suatu sistem jaringan komunikasi (berjuta computer) yang terhubung di seluruh dunia.

Informasi kini dengan cepat menjadi komoditi primer dan sumber kekuatan. Revolusi informasi melalui jaringan ini arus komunikasi mengalir begitu pesatnya merobek-robek batas sebuah wilayah negara. Seluruh pengakses internet yang terdiri dari berbagai bangsa yang multikultural berkomunikasi dan bertukar informasi sehingga tidak ada sebuah batas negara.

Seharusnya dengan media inilah dakwah memainkan perannya dalam menyebarkan informasi tentang Islam ke seluruh penjuru tanpa mengenal waktu, dan tempat. Semua orang dari berbagai etnis dan berbagai agama dapat mengaksesnya dengan mudah. Tidak hanya pasif, pengguna internet bisa proaktif untuk menentang atau menyetujui atau berdiskusi tentang sebuah pemikiran keagamaan. Selain

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bermanfaat untuk dakwah, internet juga menyediakan informasi dan data yang kesemuanya memudahkan umat untuk berkarya.

Kegiatan dakwah dapat dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan tentang Islam atau yang sering disebut dengan *cybermuslim*, atau *cyberdakwah*. Masing-masing cyber tersebut menyajikan dan menawarkan informasi Islam dengan berbagai fasilitas dan metode yang beragam variasinya.

g) SMS (*Short Message Service*)

SMS atau Layanan Pesan Singkat atau Surat Masa Singkat adalah sebuah layanan yang dilaksanakan dengan sebuah telepon genggam untuk mengirim atau menerima pesan-pesan pendek. Pada mulanya SMS dirancang sebagai bagian dari GSM, tetapi sekarang sudah didapatkan pada jaringan bergerak lainnya termasuk jaringan UMTS. [20]

Akhir-akhir ini dakwah dengan SMS semakin marak. Ada pesan harian, Al-Qur'an seluler, doa-doa, solusi agama, dan sebagainya.

h) Brosur

Brosur, pamphlet atau buklet adalah terbitan tidak berkala yang dapat terdiri dari satu hingga sejumlah kecil

[20] *Layanan Pesan Singkat*, (http://id.wikipedia.org/wiki/Layanan_pesan_singkat 2008. Diakses tanggal 14 Mei 2012)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

halaman, tidak terkait dengan terbitan lain, dan selesai dalam sekali terbit. Halamannya sering dijadikan satu (antara lain dengan stapler, benang, atau kawat), biasanya memiliki sampul, tapi tidak menggunakan jilid keras. Informasi dalam brosur ditulis dalam bahasa yang ringkas, dan dimaksudkan mudah dipahami dalam waktu singkat.

Brosur juga didesain agar menarik perhatian, dan dicetak di atas kertas yang baik dalam usaha membangun citra yang baik terhadap layanan atau produk tersebut. Buklet sering memiliki sampul, halaman judul, dijilid, dan memiliki jumlah halaman lebih banyak dari pamflet. Bentuknya sering terlihat seperti buku berukuran kecil. Berbeda dengan brosur atau pamflet, buklet bukan merupakan sarana beriklan secara langsung.[21]

Di masjid-masjid besar, brosur dakwah sering dibagikan di pintu masjid untuk dibaca di dalam masjid atau dibaca di rumah jika diberikan ketika jamaah keluar masjid. Keunggulan sebuah brosur sebagai media dakwah adalah pengulasan sebuah topik secara singkat. Media ini efektif dalam menggiring massa untuk tujuan tertentu.

3. Media Audio Visual

[21] *Brosur*, (http://id.wikipedia.org/wiki/Brosur, 2012. Diakses tanggal 14 Mei 2012)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Yang termasuk media Audio Visual (media dengar pandang, artinya bisa didengar sekaligus dipandang) adalah:

a) Televisi

Televisi adalah sebuah media telekomunikasi terkenal yang berfungsi sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara, baik itu yang monokrom (hitam-putih) maupun berwarna. Kata televisi merupakan gabungan dari kata *tele* (jauh) dari bahasa Yunani dan *visio* (penglihatan) dari bahasa Latin, sehingga televisi dapat diartikan sebagai alat komunikasi jarak jauh yang menggunakan penglihatan.[22] Fungsi televisi ialah memberikan informasi, menghibur dan mempengaruhi. Tetapi fungsi menghibur lebih dominan pada media ini. Tujuan utama khalayak menonton televisi adalah untuk memperoleh hiburan, selanjutnya untuk memperoleh informasi. Pesan yang akan disampaikan melalui media televisi, memerlukan pertimbangan-pertimbangan lain agar pesan tersebut dapat diterima oleh khalayak sasaran. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan itu adalah pemirsa, waktu, durasi dan metode penyajian.

Daya tarik TV sampai hari ini belum ada yang menandingi demikian juga pengaruhnya. Namun umat

[22] *Televisi*, (http://id.wikipedia.org/wiki/Televisi, 2012. Diakses tanggal 14 Mei 2012)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Islam masih amat sedikit memanfaatkan media ini untuk dakwah Islam. Di Indonesia, sampai hari ini belum ada stasiun TV yang khusus menyiarkan dakwah Islam.[23]

b) Film

Film atau gambar hidup juga sering disebut *movie*. Film, secara kolektif, sering disebut sinema. Gambar-hidup adalah bentuk seni, bentuk populer dari hiburan, dan juga bisnis. Film dihasilkan dengan rekaman dari orang dan benda (termasuk fantasi dan figur palsu) dengan kamera, dan oleh animasi. Film merupakan cermin kehidupan metaforis.[24] Faktor-faktor yang dapat menunjukkan karakteristik film adalah layar lebar, pengambilan gambar, konsentrasi penuh dan identifikasi psikologis. Film bisa berupa film cerita, film berita, film dokumenter, dan film kartun.

Keunikan film sebagai media dakwah ini antara lain :

1) Secara psikologis, penyuguhan secara hidup dan tampak yang dapat berlanjut dengan animation memiliki keunggulan daya efektifnya terhadap penonton. Banyak hal yang abstrak dan samar-samar dan sulit diterangkan dengan kata-kata dapat

[23] Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi,* (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2004), h. 425

[24] Danesi Marcel, *Pengantar Memahami Semiotika Media,* (Yogyakarta, Jalasutra, 2010), h. 134

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disuguhkan kepada khalayak lebih baik dan efesien dengan media ini.

2) Media film yang menyuguhkan pesan hidup dapat mengurangi keraguan yang disuguhkan, lebih mudah diingat dan mengurangi kelupaan.

c) Sinema Elektronik

Sinema Elektronik yang lebih dikenal dengan akronim sinetron adalah sandiwara bersambung yang disiarkan oleh stasiun televisi. Dalam bahasa Inggris, sinetron disebut soap opera, sedangkan dalam bahasa Spanyol disebut telenovela. Sinetron pada umumnya bercerita tentang kehidupan manusia sehari-hari yang diwarnai dengan konflik, seperti layaknya drama atau sandiwara.

Mulai tahun 2000an banyak bermunculan sinetron bernuansa dakwah yang disiarkan oleh hampir semua stasiun TV di Indonesia. Antara lain sinetron yang berjudul Takdir Ilahi, Hidayah, Himah dan sebagainya yang pada umumnya bercerita tentang kedurhakaan seseorang kepada Allah atau kepada sesama dan hukuman atau akibat pahit yang dirasakannya sebagai hukuman di dunia.

d) Cakram Padat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Cakram Padat (bahasa Inggris: *Compact Disc*, disingkat CD) adalah sebuah piringan optikal yang digunakan untuk menyimpan data secara digital. Alat ini sudah tidak asing bagi masyarakat Indonesia. Model-model dakwah bisa direkam dalam CD: CD Shalawat Nabi SAW, CD ceramah agama, CD alunan ayat suci al-Qur'an, bahkan CD mempelajari agama Islam. Harganya juga terjangkau masyarakat lapisan bawah. Untuk menjelaskan tata cara berwudlu, shalat, haji, dan sebagainya, CD bisa menjadi pilihannya. Sains dan filsafat sosial sangat berat dan sulit jika dibaca, tetapi, dengan kecanggihan Harun Yahya, ia diformat dalam CD dengan puluhan serial yang sangat menarik dan mudah dimengerti.

Dengan mengetahui karakteristik media, pendakwah dapat menyesuaikan pesan dakwahnya sesuai dengan jenis media dan mitra dakwahnya. Sebetulnya, semua media dakwah dapat menerima pesan dakwah apapun. Akan tetapi, dipandang dari efektifitasnya, setiap pesan dakwah memiliki karakteristik tersendiri, sehingga ia lebih tepat menggunakan media tertentu.

e. Efek Dakwah

Efek dalam ilmu komunikasi biasa disebut dengan *feed back* (umpan balik) adalah umpan balik dari reaksi proses dakwah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f. **Metode Dakwah**

Metode dakwah adalah cara-cara yang dipergunakan dai untuk menyampaikan pesan dakwah atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah.

3. **Strategi bagian dari Metode Dakwah**

Adapun istilah-istilah yang berhubungan dengan metode dakwah yaitu pendekatan (*approach*), strategi (*strategy*), metode (*method*), tehnik (*technique*), dan taktik (*tactic*). Jika istilah-istilah di atas dikaitkan secara keseluruhan maka pendekatan adalah langkah yang paling awal. Segala persoalan bisa dilihat atau dipahami dari sudut pandang tertentu. Sudut pandang inilah yang disebut pendekatan. Sebuah pendekatan melahirkan sebuah strategi yaitu semua cara untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Setiap strategi menggunakan beberapa metode, dan setiap metode membutuhkan teknik, yaitu cara yang lebih spesifik dan lebih operasional. Selanjutnya setiap teknik membutukan taktik, yaitu cara yang lebih spesifik lagi dari teknik. Masing-masing istilah tersebut harus bergerak sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan.

a. Pendekatan dakwah

Pendekatan dakwah adalah titik tolak atau sudut pandang kita terhadap proses dakwah. Umumnya, penentuan pendekatan didasarkan pada mitra dakwah dan suasana yang melingkupinya. Terdapat dua pendekatan dakwah, yaitu pendekatan dakwah yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara-cara yang dipergunakan dai untuk menyampaikan pesan dakwah atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah.

3. Strategi bagian dari Metode Dakwah

Adapun istilah-istilah yang berhubungan dengan metode dakwah yaitu pendekatan (approach), strategi (strategy), metode (method), teknik (technique), dan taktik (tactic). Jika istilah-istilah di atas dikaitkan secara keseluruhan maka pendekatan adalah langkah yang paling awal. Segala persoalan bisa dilihat atau dipahami dari sudut pandang tertentu. Sudut pandang inilah yang disebut pendekatan. Sebuah pendekatan melahirkan sebuah strategi yaitu semua cara untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Setiap strategi menggunakan beberapa metode, dan setiap metode membutuhkan teknik, yaitu cara yang lebih spesifik dan lebih operasional. Selanjutnya setiap teknik membutuhkan taktik, yaitu cara yang lebih spesifik lagi dari teknik. Masing-masing istilah tersebut harus bergerak sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan.

a. Pendekatan dakwah

Pendekatan dakwah adalah titik tolak atau sudut pandang kita terhadap proses dakwah. Umumnya, penentuan pendekatan didasarkan pada mitra dakwah dan suasana yang melingkupinya. Terdapat dua pendekatan dakwah, yaitu pendekatan dakwah yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Terpusat Pada Pendakwah dan pendekatan dakwah yang Terpusat Pada Mitra Dakwah.

Pendekatan yang terpusat pada pendakwah hanya bertujuan pada pelaksanaan kewajiban dakwah. Fokusnya terletak pada kemampuan pendakwah. Sedangkan targetnya adalah kelangsungan berdakwah. Berdasar pendekatan ini, maka hukum berdakwah adalah *fardlu 'ain* artinya setiap muslim wajib berdakwah sesuai dengan kemampuan masing-masing.

Pendekatan dakwah yang terpusat pada mitra dakwah berupaya merubah keagamaan mitra dakwah. Tidak hanya pada tingkatan pemahaman, tapi lebih dari itu, yaitu merubah sikap dan perilaku mitra dakwah. hukum berdakwah adalah *fardlu kifayah* artinya hanya wajib bagi orang-orang yang telah memiliki kemampuan.

Setelah menentukan pendekatan, kita memilih strategi untuk mencapai tujuan dakwah yang sudah ditetapkan.

b. Strategi dakwah

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam hal ini, yaitu:

1) Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaian kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Terpusat Pada Pendakwah dan pendekatan dakwah yang Terpusat Pada Mitra Dakwah.

Pendekatan yang terpusat pada pendakwah hanya bertujuan pada pelaksanaan kewajiban dakwah. Fokusnya terletak pada kemampuan pendakwah. Sedangkan targetnya adalah kelangsungan berdakwah. Berdasar pendekatan ini, maka hukum berdakwah adalah *fardlu 'ain* artinya setiap muslim wajib berdakwah sesuai dengan kemampuan masing-masing.

Pendekatan dakwah yang terpusat pada mitra dakwah berupaya merubah keagamaan mitra dakwah. Tidak hanya pada tingkatan pemahaman, tapi lebih dari itu, yaitu merubah sikap dan perilaku mitra dakwah. hukum berdakwah adalah *fardlu kifayah* artinya hanya wajib bagi orang-orang yang telah memiliki kemampuan.

Setelah menentukan pendekatan, kita memilih strategi untuk mencapai tujuan dakwah yang sudah ditetapkan.

b. Strategi dakwah

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu.

Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam hal ini, yaitu:

1) Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaian kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

strategi merupakan proses penyusanan rencana kerja, belum sampai pada tindakan.

2) Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.

Al-Bayanuni mendefinisikan strategi dakwah sebagai berikut: Ketentuan-ketentuan dakwah dan rencana-rencana yang dirumuskan untuk kegiatan dakwah. Selain membuat definisi, ia juga membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk, yaitu:

1) Strategi sentimentil (*al-manhaj al-'athifi*)

Adalah dakwah yang menfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. Metode-metode ini sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan (*marjinal*) dan dianggap lemah, seperti kaum perempuan, anak-anak, orang yang masih awam, para mualaf (imannya lemah), orang-orang miskin, anak-anak yatim, dan sebagainya. Strategi sentimentil ini diterapkan oleh Nabi SAW saat menghadapi kaum musyrik Mekah. Ternyata, para pengikut Nabi SAW pada masa awal umumnya berasal dari golongan kaum lemah. Dengan strategi ini, kaum lemah merasa dihargai dan kaum mulia merasa dihormati.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan.

2) Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.

Al-Bayanuni mendefinisikan strategi dakwah sebagai berikut: Ketentuan-ketentuan dakwah dan rencana-rencana yang dirumuskan untuk kegiatan dakwah. Selain membuat definisi, ia juga membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk, yaitu:

1) Strategi sentimentil (al-manhaj al-'athifi)

Adalah dakwah yang menfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. Metode-metode ini sesuai untuk mitra dakwah yang terpinggirkan (mustaḍ'af) dan diabaikan lemah, seperti kaum perempuan, anak-anak, orang yang masih awam, para muallaf (imannya lemah), orang-orang miskin, anak-anak yatim, dan sebagainya. Strategi sentimentil ini diterapkan oleh Nabi SAW saat menghadapi kaum musyrik Makah. Ternyata, para pengikut Nabi SAW pada masa awal umumnya berasal dari golongan kaum lemah. Dengan strategi ini, kaum lemah merasa dihargai dan kaum mulia merasa dihormati.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Strategi rasional (*al-manhaj al-'aqli*)

Adalah dakwah dengan beberapa metode yang menfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran. Penggunaann hukum logika, diskusi, atau penampilan contoh dan bukti sejarah merupakan beberapa metode dari strategi rasional. Nabi SAW menggunakan strategi ini untuk menghadapi argumentasi para pemuka Yahudi. Mereka terkenal dengan kecerdikannya.

3) Strategi indriawi (*al-manhaj al-hissi*)

juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada panca indera dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Di antara metode yang dihimpun oleh strategi ini adalah praktek keagamaan, keteladanan, dan pentas drama. Dahulu, Nabi SAW mempraktekkan Islam sebagai perwujudan strategi inderawi yang disaksikan oleh para sahabat. Para sahabat dapat menyaksikan mukjizat Nabi SAW secara langsung, seperti terbelahnya rembulan, bahkan menyaksikan Malaikat Jibril dalam bentuk manusia.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Strategi rasional (al-manhaj al-'aqli)

Adalah dakwah dengan beberapa metode yang menfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran. Penggunaan hukum logika, diskusi, atau penampilan contoh dan bukti sejarah merupakan beberapa metode dari strategi rasional. Nabi SAW menggunakan strategi ini untuk mengbadapi argumentasi para pemuka Yahudi. Mereka terkenal dengan kecerdikannya.

3) Strategi indriawi (al-manhaj al-hissi)

Juga dapat dinamakan dengan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai sistem dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada panca indera dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan. Di antara metode yang dilimpun oleh strategi ini adalah praktek kesegamaan, keteladanan, dan pentas drama. Dahulu, Nabi SAW mempraktekkan Islam sebagai perwujudan strategi inderawi yang disaksikan oleh para sahabat. Para sahabat dapat menyaksikan mukjizat Nabi SAW secara langsung, seperti terbelahnya rembulan, bahkan menyaksikan Malaikat Jibril dalam bentuk manusia.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan strategi dakwah berdasarkan surat al-Baqarah ayat 129 dan 151, ali Imran ayat 164, dan al-Jumu'ah ayat 2 adalah ada tiga, yaitu:

1) Strategi Tilawah yaitu strategi yang meminta mitra dakwahnya untuk mendengarkan penjelasan pendakwah atau mitra dakwah diminta membaca sendiri pesan yang ditulis oleh pendakwah.
2) Strategi Tazkiyah (menyucikan jiwa) yakni menggunakan aspek kejiwaan.
3) Strategi Ta'lim yaitu strategi yang hampir sama dengan strategi tilawah namun strategi ta'lim ini lebih bersifat mendalam, dilakukan secara formal dan sistematis. Artinya metode ini hanya dapat diterapkan pada mitra dakwah yang tetap, dengan karikulum yang telah dirancang, dilakukan secara bertahap, serta memiliki target dan tujuan tertentu. Misalnya Nabi mengajarkan Al qur 'an kepada para sahabat dan akhirnya para sahabat hafal dengan Al qur'an dan hadis. Strategi ini memang membutuhkan waktu yang lebih lama dari strategi lainnya.

c. Metode dan Teknik Dakwah

Untuk merealisasikan strategi yang telah ditetapkan, kita memerlukan metode. Strategi menunjuk pada sebuah perencanaan untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan metode adalah cara yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sedangkan strategi dakwah berdasarkan surat al-Baqarah ayat 129 dan 151, ali Imran ayat 164, dan al-Jumu'ah ayat 2 adalah ada tiga, yaitu:

1) Strategi Tilawah yaitu strategi yang memintа mitra dakwahnya untuk mendengarkan penjelasan pendakwah atau mitra dakwah diminta membaca sendiri pesan yang ditulis oleh pendakwah.
2) Strategi Tazkiyah (menyucikan jiwa) yakni menggunakan aspek kejiwaan.
3) Strategi Ta'lim yaitu strategi yang hampir sama dengan strategi tilawah namun strategi ta'lim ini lebih bersifat mendalam, dilakukan secara formal dan sistematis. Artinya metode ini hanya dapat diterapkan pada mitra dakwah yang tetap, dengan kurikulum yang telah dirancang, dilakukan secara berlarap, serta memiliki target dan tujuan tertentu. Misalnya Nabi mengajarkan Al qur 'an kepada para sahabat dan akhirnya para sahabat bertal dengan Al qur'an dan hadis. Strategi ini memang membutuhkan waktu yang lebih lama dari strategi lainnya.

c. Metode dan Teknik Dakwah

Untuk merealisasikan strategi yang telah ditetapkan, kita memerlukan metode. Strategi menunjuk pada sebuah perencanaan untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan metode adalah cara yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat digunakan untuk melaksanakan strategi. Dalam setiap penerapan metode, dibutuhkan beberapa teknik.

Ada beberapa pendapat tentang definisi metode dakwah, antara lain:

1) Said bin Ali al-Qahthani metode dakwah adalah ilmu yang mempelajari bagaimana cara berkomunikasi secara langsung dan mengatasi kendala-kendalanya.
2) 'Abd al-Karim Zaidan metode dakwah adalah ilmu yang terkait dengan cara melangsungkan penyampaian pesan dakwah dan mengatasi kendala-kendalanya.[25]

Setiap metode memerlukan teknik dalam implementasinya. Tehnik adalah cara yang dilakukan seseorang dalam rangka mengimplementasikan suatu metode. Tehnik berisi langkah-langkah yang diterapkan dalam membuat metode lebih berfungsi.

d. Taktik Dakwah

Taktik adalah gaya seseorang dalam melaksanakan suatu tehnik atau metode tertentu. Taktik sifatnya individual. Masing-masing pendakwah memiliki taktik yang berbeda dalam menggunakan tehnik yang sama. Taktik dinilai efektif jika faktor-faktor internal maupun eksternal mendukungnya. Faktor internal adalah diri pendakwah, sedangkan faktor eksternal adalah situasi di luar pendakwah.

[25] Aziz M Ali, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi,* (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2004), h. 357

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat digunakan untuk melaksanakan strategi. Dalam setiap pencerapan metode, dibutuhkan beberapa teknik.

Ada beberapa pendapat tentang definisi metode dakwah, antara lain:

1) Said bin Ali al-Qahthani metode dakwah adalah ilmu yang mempelajari bagaimana cara berkomunikasi secara langsung dan mengatasi kendala-kendalanya.

2) 'Abd al-Karim Zaidan metode dakwah adalah ilmu yang terkait dengan cara melangsungkan penyampaian pesan dakwah dan mengatasi kendala-kendalanya.[25]

Setiap metode memerlukan teknik dalam implementasinya. Teknik adalah cara yang dilakukan seseorang dalam rangka mengimplementasikan suatu metode. Teknik berisi langkah-langkah yang diterapkan dalam membuat metode lebih berfungsi.

d. Taktik Dakwah

Taktik adalah gaya seseorang dalam melaksanakan suatu teknik atau metode tertentu. Taktik sifatnya individual. Masing-masing pendakwah memiliki taktik yang berbeda dalam menggunakan teknik yang sama. Taktik dinilai efektif jika faktor-faktor internal maupun eksternal mendukungnya. Faktor internal adalah diri pendakwah, sedangkan faktor eksternal adalah situasi di luar pendakwah.

---

[25] Aziz M Ali, Ilmu Dakwah Edisi Revisi, (Jakarta, Kencana Prenada Media Group, 2004), h. 357

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

KEMENTERIAN AGAMA PERPUSTAKAAN IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA

B. Kajian Teoritik

1. Analisis Semiotik

Secara etimologis, istilah semiotik berasal dari kata Yunani *semeion* yang berarti tanda.[26] Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain.

Pada dasarnya, intrepetasi (semiosis) dapat di pandang sebagai suatu proses tanda yang dapat diberikan dalam istilah semiotika sebagai suatu hubungan antara lima istilah: S (s, i, e, r,c)

S adalah untuk *semiotic relation* (hubungan semiotik); **s** untuk *sign* (tanda); **i** untuk *interpreter* (penafsir); **e** untuk *effect* (pengaruh) misalnya suatu disposisi dalam **i** akan bereaksi dengan cara tertentu terhadap **r** pada kondisi-kondisi tertentu **c** karena **s**; **r** untuk *reference* (rujukan) dan **c** untuk *context* (konteks) atau *conditions* (kondisi).[27]

Sekurang-kurangnya terdapat sembilan macam semiotik yang kita kenal sekarang, yaitu:

a) Semiotik analitik, yakni semiotik yang menganalisis sistem tanda. Pierce menyatakan bahwa semiotik berobjekan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, objek, dan makna.

b) Semiotik deskriftif, yakni semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat kita alami sekarang, meskipun ada tanda yang sejak dulu tetap seperi disaksikan sekarang.

---

[26] Sobur Alex, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2001), h. 95

[27] Sobur Alex, *Semiotika Komunikasi*, ((Bandung, Remaja Rosdakarya, 2001), h. 17

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Kajian Teoritik

1. Analisis Semiotik

Secara etimologis, istilah semiotik berasal dari kata Yunani semeion yang berarti tanda.[26] Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain.

Pada dasarnya, interpretasi (semiosis) dapat di pandang sebagai suatu proses tanda yang dapat dibentuk dalam istilah semiotika sebagai suatu hubungan antara lima istilah: S (s, i, e, r, c)

S adalah untuk semiotic relation (hubungan semiotik); s untuk sign (tanda); i untuk interpreter (penafsir); e untuk effect (pengaruh) misalnya suatu disposisi dalam i akan bereaksi dengan cara tertentu terhadap r pada kondisi-kondisi tertentu c karena s; r untuk reference (rujukan) dan c untuk context (konteks) atau conditions (kondisi).[27]

Sekurang-kurangnya terdapat semblan macam semiotik yang kita kenal sekarang, yaitu:

a) Semiotik analitik, yakni semiotik yang menganalisis sistem tanda. Pierce menyatakan bahwa semiotik berobjekan tanda dan mengenalisisnya menjadi ide, objek, dan makna.

b) Semiotik deskriptif, yakni semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat kita alami sekarang, meskipun ada tanda yang sejak dulu tetap seperti disaksikan sekarang.

---

[26] Sobur Alex, Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2001), h. 95

[27] Sobur Alex, Semiotika Komunikasi, ((Bandung, Remaja Rosdakarya, 2001), h. 17

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c) Semiotik faunal (*zoosemiotic*), yakni semiotik yang khusus memperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan.

d) Semiotik kultural, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu.

e) Semiotik naratif, yakni semiotik yang menelaah sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan (*folklore*).

f) Semiotik natural, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam.

g) Semiotik normatif, yakni semiotik yanag khusus menelaah sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud norma-norma.

h) Semiotik sosial, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud lambang, baik lambang berwujud kata maupun lambang berwujud kata dalam satuan yang disebut kalimat.

i) Semiotik struktural, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.

Begitulah semiotika menjelaskan tentang tanda atau tentang ilmu tanda, secara sistematik menjelaskan esensi, ciri-ciri, dan bentuk suatu tanda, serta proses signifikasi yang menyertainya.

2. Semiotik model Charles Sanders Pierce

Semiotik modern memang mempunyai dua bapak, yaitu Ferdinand Saussure dan Charles Sanders Pierce. Tokoh yang dikaji

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c) Semiotik faunal (zoosemiotic), yakni semiotik yang khusus memperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan.

d) Semiotik kultural, yakni semiotik yang khusus mencelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu.

e) Semiotik naratif, yakni semiotik yang mencelaah sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan (folklore).

f) Semiotik natural, yakni semiotik yang khusus mencelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam.

g) Semiotik normatif, yakni semiotik yang khusus mencelaah sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud norma-norma.

h) Semiotik sosial, yakni semiotik yang khusus mencelaah sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud lambang, baik lambang berwujud kata maupun lambang berwujud kata dalam satuan yang disebut kalimat.

i) Semiotik struktural, yakni semiotik yang khusus mencelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.

Begitulah semiotika menjelaskan tentang tanda atau tentang ilmu tanda, secara sistematik menjelaskan esensi, ciri-ciri, dan bentuk suatu tanda, serta proses signifikasi yang menyertainya.

2. Semiotik model Charles Sanders Pierce

Semiotik modern memang mempunyai dua bapak, yaitu Ferdinand Saussure dan Charles Sanders Pierce. Tokoh yang dikaji

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disini adalah Charles Sanders Pierce (1839-1914), adalah salah seorang filsuf Amerika yang paling orisinal dan multidimensial. Pierce adalah seorang pemikir yang argumentatif. Pierce lahir dalah sebuah keluarga intelektual pada tahun 1839 (ayahnya, Benjamin adalah seorang profesor matematika di Harvard). Pada tahun 1859, 1862, dan 1863 secara berturut-turut ia menerima gelar B.A., M.A., dan B.Sc. dari Universitas Harvard. Selama lebih dari tiga puluh tahun (1859-1860, 1861-1891) Pierce banyak melaksanakan tugas astronomi dan geodesi untuk Survai Pantai Amerika Serikat. Dari tahun 1879 sampai 1884, ia menjadi dosen paruh waktu dalam bidang logika di Universitas Johns Hopkins.[28]

Pierce terkenal dengan teori tandanya. Dalam lingkup semiotika, Pierce seringkali mengulang-ngulang bahwa secara umum tanda adalah yang mewakili sesuatu bagi seseorang.

Pierce membagi tanda atas *icon* (ikon), *index* (indeks), dan *symbol* (simbol). Ikon adalah hubungan antara tanda dan obyek atau acuan yang bersifat kemiripan, misalnya : potret dan peta. Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan penanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan, contoh : asap sebagai tanda adanya api. Sedangkan simbol adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dan pertandanya,

[28] Sobur Alex, *Semiotika Komunikasi*, ((Bandung, Remaja Rosdakarya, 2006), hh. 39 -40

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disini adalah Charles Sanders Pierce (1839-1914), adalah salah seorang filsuf Amerika yang paling orisinal dan multidimensial. Pierce adalah seorang pemikir yang argumentatif. Pierce lahir dalah sebuah keluarga intelektual pada tahun 1839 (ayahnya, Benjamin adalah seorang profesor matematika di Harvard). Pada tahun 1859, 1862, dan 1863 secara berturut-turut ia memperoleh gelar B.A., M.A., dan B.Sc. dari Universitas Harvard. Selama lebih dari tiga puluh tahun (1859-1860, 1861-1891) Pierce banyak melaksanakan tugas astronomi dan geodesi untuk Survai Pantai Amerika Serikat. Dari tahun 1879 sampai 1884, ia menjadi dosen paruh waktu dalam bidang logika di Universitas Johns Hopkins.[28]

Pierce terkenal dengan teori tandanya. Dalam lingkup semiotika, Pierce seringkali mengulang-ulang bahwa secara umum tanda adalah yang mewakili sesuatu bagi seseorang.

Pierce membagi tanda atas icon (ikon), index (indeks), dan symbol (simbol). Ikon adalah hubungan antara tanda dan obyek atau acuan yang bersifat kemiripan, misalnya : potret dan peta. Indeks adalah tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan penanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu pada kenyataan, contoh : asap sebagai tanda adanya api. Sedangkan simbol adalah tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dan pertandanya.

---

[28] Sobur Alex, Semiotika Komunikasi, ((Bandung, Remaja Rosdakarya, 2006), hh. 39 -40

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hubungan ini bersifat *arbitrer* atau semena, hubungan berdasarkan *konvensi* (perjanjian) masyarakat.

Pierce membagi tanda menjadi sepuluh jenis yaitu:

a) *Qualisign*, yakni kualitas sejauh yang dimiliki tanda.

b) *Iconic Sinsign*, yakni tanda yang memperlihatkan kemiripan.

c) *Rhematic Indexical Sigsign*, yakni tanda berdasarkan pengalaman langsung, yang secara menarik perhatian karena kehadirannya disebabkan oleh sesuatu.

d) *Dicent Sinsign*, yakni tanda yang memberikan informasi tentang sesuatu.

e) *Iconic Legisign*, yakni tanda yang menginformasikan norma atau hukum.

f) *Rhematic Indexical Legisign*, yakni tanda yang mengacu kepada objek tertentu, misalnya kata ganti penunjuk.

g) *Dicent Indexical Legisign*, yakni tanda yang bermakna informasi dan menunjuk subjek informasi.

h) *Rhematic Symbol* atau *Symbolig Rheme*, yakni tanda yang dihubungkan dengan objeknya melalui asosiasi ide umum.

i) *Dicent Symbol* atau *Proposition* (proposisi) adalah tanda yang langsung menghubungkan dengan objek melalui asosiasi dalam otak.

j) *Argument*, yakni tanda yang merupakan *iferens* seseorang terhadap sesuatu berdasarkan alasan tertentu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hubungan ini bersifat arbitrer atau semena. hubungan berdasarkan konvensi (perjanjian) masyarakat.

Pierce membagi tanda menjadi sepuluh jenis yaitu:

a) Qualisign, yakni kualitas sejauh yang dimiliki tanda.

b) Iconic Sinsign, yakni tanda yang memperlihatkan kemiripan.

c) Rhematic Indexical Sigsign, yakni tanda berdasarkan pengalaman langsung, yang secara menarik perhatian karena kehadirannya disebabkan oleh sesuatu.

d) Dicent Sinsign, yakni tanda yang memberikan informasi tentang sesuatu.

e) Iconic Legisign, yakni tanda yang mengintormasikan norma atau hukum.

f) Rhematic Indexical Legisign, yakni tanda yang mengacu kepada objek tertentu, misalnya kata ganti penunjuk.

g) Dicent Indexical Legisign, yakni tanda yang bermakna informasi dan menunjuk subjek informasi.

h) Rhematic Symbol atau Symbolig Rheme, yakni tanda yang dihubungkan dengan objeknya melalui asosiasi ide umum.

i) Dicent Symbol atau Proposition (proposisi) adalah tanda yang langsung menghubungkan dengan objek melalui asosiasi dalam otak.

j) Argument, yakni tanda yang merupakan jiwanya seseorang terhadap sesuatu berdasarkan alasan tertentu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Penelitian dahulu yang Relevan

Adapun penelitian terdahulu yang dapat dijadikan pedoman peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Novelisasi Kehidupan dan Perjuangan K. H. Ahmad Dahlan dalam Mendirikan Muhammadiyah (Analisis Semiotik Novel Sang Pencerah Karya Akmal Nasery Basral) oleh Asna Istya Marwantika, Mahasiswa Program Study Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis semiotik sosial.
2. Studi Terhadap Metode Pendidikan Islam KH. Ahmad Dahlan Dalam Novel Sang Pencerah, oleh Muhammad Arif Darmawan, Mahasiswa Program Study Pendidikan Agama Islam (Tarbiyah) Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif.
3. Pesan Dakwah dalam Film Religius (Analisis Semiotik Makna Ikhtiar dalam Film Kun Fayakun, oleh Citra Noverly Putri Anugraheny, Mahasiswa Program Study Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini menggunakan analisis semiotik Roland Barthes yaitu pemaknaan dengan konotasi dan denotasi.
4. Dakwah Melalui Lagu (Semiotik), Oleh Zaki Yamani, Mahasiswa Program Study Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Penelitian dahulu yang Relevan

Adapun penelitian terdahulu yang dapat dijadikan pedoman peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Novelisasi Kehidupan dan Perjuangan K. H. Ahmad Dahlan dalam Mendirikan Muhammadiyah (Analisis Semiotik Novel Sang Pencerah Karya Akmal Nasery Basral) oleh Asna Isya Marwantika, Mahasiswa Program Study Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis semiotik sosial.
2. Studi Terhadap Metode Pendidikan Islam KH. Ahmad Dahlan Dalam Novel Sang Pencerah, oleh Muhammad Arif Darmawan, Mahasiswa Program Study Pendidikan Agama Islam (Tarbiyah) Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif.
3. Pesan Dakwah dalam Film Religius (Analisis Semiotik Makna Ikhtiar dalam Film Kun Fayakun, oleh Citra Novery Puri Anugrahenny, Mahasiswa Program Study Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini menggunakan analisis semiotik Roland Barthes yaitu pemaknaan dengan konotasi dan denotasi.
4. Dakwah Melalui Lagu (Semiotik), Oleh Zaki Yamani, Mahasiswa Program Study Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini menggunakan analisis semiotik Charles Sanders Pierce.

a) **Persamaan dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan penelitian yang saya teliti :**

1) Dari sisi penelitian sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotik.
2) Dengan peneliti pertama dan kedua, sama-sama menggunakan obyek penelitian Sang Pencerah
3) Dengan peneliti ketiga, sama-sama menggunakan media film Indonesia layar lebar.

b) **Perbedaan dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan penelitian yang saya teliti :**

1) Dengan peneliti pertama dan kedua, berbeda pada media penelitian yaitu dengan media cetak berupa novel sedangkan media yang saya teliti adalah media film.
2) Dengan peneliti ketiga, berbeda pada model analisis semiotik Roland Barthes sedangkan penelitian saya menggunakan model analisis semiotik Charles Sanders Pierce.
3) Dengan peneliti keempat, berbeda obyek penelitiannya yaitu mengunakan media lagu sedangkan saya menggunakan media film.

Untuk lebih jelas, peneliti membuat tabel sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini menggunakan analisis semiotik Charles Sanders Pierce.

a) Persamaan dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan penelitian yang saya teliti :

1) Dari sisi penelitian sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotik.
2) Dengan peneliti pertama dan kedua sama-sama menggunakan obyek penelitian Sang Pencerah
3) Dengan peneliti ketiga, sama-sama menggunakan media film Indonesia layar lebar.

b) Perbedaan dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan penelitian yang saya teliti :

1) Dengan peneliti pertama dan kedua, berbeda pada media penelitian yaitu dengan media cetak berupa novel sedangkan media yang saya teliti adalah media film.
2) Dengan peneliti ketiga, berbeda pada model analisis semiotik Roland Barthes sedangkan penelitian saya menggunakan model analisis semiotik Charles Sanders Pierce.
3) Dengan peneliti keempat berbeda obyek penelitiannya yaitu mengunakan media lagu sedangkan saya menggunakan media film.

Untuk lebih jelas, peneliti membuat tabel sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 1

Kajian Penelitian Terdahulu

Judul	**Universitas**	**Persamaan**	**Perbedaan**
Novelisasi Kehidupan dan Perjuangan K. H. Ahmad Dahlan dalam Mendirikan Muhammadiyah (Analisis Semiotik Novel Sang Pencerah Karya Akmal Nasery Basral) oleh Asna Istya Marwantika	Mahasiswa Program Study Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya	obyek penelitian Sang Pencerah, metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotik	media penelitian dengan media cetak berupa novel
Studi Terhadap Metode Pendidikan Islam KH. Ahmad Dahlan Dalam Novel Sang Pencerah, oleh Muhammad Arif Darmawan	Mahasiswa Program Study Pendidikan Agama Islam (Tarbiyah) Universitas Muhammadiyah Surakarta	obyek penelitian Sang Pencerah, metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotik	media penelitian dengan media cetak berupa novel

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel I

Kajian Penelitian Terdahulu

Judul	Universitas	Persamaan	Perbedaan
Novelisasi Kehidupan dan Perjuangan K. H. Ahmad Dahlan dalam Mendirikan Muhammadiyah (Analisis Semiotik Novel Sang Pencerah Karya Akmal Nasery Basral) oleh Asna Isya Marwantika	Mahasiswa Program Study Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya	obyek penelitian Sang Pencerah, metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotik	media penelitian dengan media cetak berupa novel
Studi Terhadap Metode Pendidikan Islam KH. Ahmad Dahlan Dalam Novel Sang Pencerah. oleh Muhammad Arif Darmawan	Mahasiswa Program Study Pendidikan Agama Islam (Tarbiyah) Universitas Muhammadiyah Surakarta	obyek penelitian Sang Pencerah, metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotik	media penelitian dengan media cetak berupa novel

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pesan Dakwah dalam Film Religius (Analisis Semiotik Makna Ikhtiar dalam Film Kun Fayakun, oleh Citra Noverly Putri Anugraheny	Mahasiswa Program Study Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya	media penelitian dengan media film Indonesia layar lebar	model analisis semiotik Roland Barthes
Dakwah Melalui Lagu (Semiotik), Oleh Zaki Yamani	Mahasiswa Program Study Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya	Metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotik Charles Sanders Pierce	obyek penelitiannya mengunakan media lagu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pesan Dakwah dalam Film Religius (Analisis Semiotik Makna Ikhtiar dalam Film Kun Fayakun, oleh Ditra Novery Puri Anugrahony	Mahasiswa Program Study Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya	media penelitian dengan media film Indonesia layar lebar	model analisis semiotik Roland Barthes
Dakwah Melalui Lagu (Semiotik), Oleh Zaki Yamani	Mahasiswa Program Study Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya	Metode penelitian kualitatif dengan analisis semiotik Charles Sanders Pierce	obyek penelitiannya menggunakan media lagu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id