



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**PERNIKAHAN IDEAL DALAM KONSTRUKSI MEDIA  
SLOGAN KEMENAG RI**

**(Analisis Semiotik C.S. Peirce)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Surabaya Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh :

**Nur Cahyani Wulandari**

**NIM. B91217140**

Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah Dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Surabaya 2021

## LEMBAR OTENTITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Cahyani Wulandari

NIM : B91217140

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul “Pernikahan Ideal dalam Konstruksi Media Slogan Kemenag RI (Analisis Semiotik C.S. Peirce)” adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 15 Desember 2020

Yang membuat pernyataan


Nur Cahyani Wulandari

NIM. B91217140

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Nur Cahyani Wulandari  
NIM : B91217140  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : Pernikahan Ideal dalam Konstruksi  
Media Slogan Kemenag RI (Analisis  
Semiotik C.S. Peirce)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 15 Desember 2020

Menyetujui Pembimbing,



Drs. Prihananto, M. Ag

NIP.196812301993031003

# LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Pernikahan Ideal dalam Konstruksi Media Slogan Kemenag RI (Analisis Semiotik C.S. Peirce)

SKRIPSI

Disusun oleh :

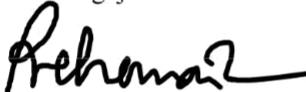
Nur Cahyani Wulandari

B91217140

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu pada 14 Januari 2021

Tim Penguji

Penguji I

  
Drs. Prihananto, M.Ag.

NIP. 196812301993031003

Penguji II

  
Prof. Dr. H. Moh. Ali Aziz, M.Ag

NIP. 195706091983031003

Penguji III

  
Dr. M. Anis Bachtiar, M.Fil.I

NIP. 196912192009011002

Penguji IV

  
Dr. H. Abdullah Sattar, S.Ag,M.Fil.I

NIP. 196512171997031002

Surabaya, 14 Januari 2021

Dekan,

  
Dr. H. Abdul Halim, M.Ag

NIP. 196307251991031003





**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nur Cahyani Wulandari  
NIM : B91217140  
Fakultas/Jurusan: Komunikasi dan Penyiaran Islam  
E-mail address : nurcahyaniwulandari0@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi     Tesis     Desertasi     Lain-lain  
(.....)  
yang berjudul :

PERNIKAHAN IDEAL DALAM KONSTRUKSI MEDIA SLOGAN KEMENAG RI  
(Analisis Semiotik C.S. Peirce)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format -kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,  
Penulis

(Nur Cahyani Wulandari)

## ABSTRAK

Nur Cahyani Wulandari, Nim. B91217140, 2020, Pernikahan Ideal Dalam Konstruksi Media Slogan Kemenag RI (Analisis Semiotik C.S. Peirce).

Penelitian ini memiliki rumusan masalah, (1) Bagaimanakah konstruksi pernikahan ideal pada slogan Kemenag RI ? (2) Bagaimanakah makna slogan Kemenag RI tentang pernikahan ideal ?

Untuk mencari jawaban dari kedua permasalahan itu, penelitian ini menggunakan analisis teks media dengan metode semiotika Peirce berparadigma konstruktifisme.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) Pernikahan ideal dikonstruksi oleh media slogan Kemenag RI menggunakan dialektika eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi, menyatakan bahwa pernikahan ideal adalah pernikahan yang tercatat di KUA dan memiliki bukti buku nikah. (2) Makna tanda dalam slogan Kemenag RI dilihat dari representamen, objek dan interpretannya adalah pernikahan harus memiliki buku nikah dengan tercatat di KUA, pernikahan di KUA gratis dan diluar KUA bayar 600 ribu disetor langsung melalui bank, menyegerakan nikah dengan ritual pelaksanaan pernikahan yang penting sah bukan wah, dan larangan pernikahan siri sebab dapat merusak sistem hukum sosial dan tatanan masyarakat.

Penelitian ini memiliki banyak kekurangan, penelitian selanjutnya diharap melakukan penelitian yang lebih rinci mengenai urgensi wacana dakwah.

Kata kunci : *Pernikahan Ideal, Konstruksi Media, Slogan.*

## ABSTRACT

Nur Cahyani Wulandari, Nim. B91217140, 2020, The Ideal Marriage in Media Construction Slogan Kemenag RI (Semiotic Analysis of C.S. Peirce).

This research has a problem formulation, (1) What is the ideal wedding construction on the slogan of the Ministry of Religious Affairs of the Republic of Indonesia? (2) What is the meaning of the slogan of the Ministry of Religious Affairs of the Republic of Indonesia about ideal marriage?

To find answers to both problems, this study used a method of media text analysis with semiotics analysis peirce paradigma constructiveism.

The results of this study show that, (1) The ideal marriage is constructed by the media slogan Kemenag RI using dialectic externalization, objectivation and internalization, stating that the ideal marriage is a marriage recorded in the KUA and has proof of marriage book. (2) The meaning of the sign in the slogan kemenag RI seen from representatives, objects and interpretants is that marriage must have a marriage book with a recorded in kua, marriage in kua free and outside kua pay 600 thousand paid directly through the bank, hasten marriage with the ritual of conducting marriage is important legal not wah, and the prohibition of siri marriage because it can damage the social legal system and public order.

This research has many shortcomings, further research is expected to do more detailed research with other themes about the urgency of da'wah discourse.

Keywords: *The Ideal Marriage, Media Construction, Slogan.*

## مُستخلصُ البَحْثِ

نُورُ كَاهِيَانِي وُولَانْدَارِي ، نيم ٩١٢١٧١٤٠ب، ٢٠٢٠ ، شعَارُ الزَّوْاجِ المَثَالِي فِي صِنَاعَةِ وَسَائِلِ الإِعْلَامِ لوزَارَةِ الدِّينِ الإِنْدُونِيسِيَةِ (CS Peirce Semiotic Analysis).

هَذَا البَحْثُ لَهُ صِيَاغَةٌ مُشْكَلَةٌ ، (١) مَا هُوَ البِنَاءُ المَثَالِي لِلزَّفَائِفِ عَلَيَّ شِعَارِ زَرَارَةِ الشُّوْرَ الدِّيْنِيَّةِ فِي جُمهُورِيَّةِ إِنْدُونِيسِيَا؟ (٢) مَا مَعْنَى شِعَارِ زَرَارَةِ الشُّوْرَ الدِّيْنِيَّةِ فِي جُمهُورِيَّةِ إِنْدُونِيسِيَا حَوْلَ الزَّوْاجِ المَثَالِي؟

للعثورُ عَلَى إجابَاتٍ لهَاتَيْنِ المُشْكَلَتَيْنِ ، تُسْتَعْمَلُ هَذِهِ الدَّرَاسَةُ تَحْلِيلَ النُّصُوصِ الإِعْلَامِيَّةِ بِاسْتِعْدَادِ طَرِيْقَةِ بِيْرْسِ السِّمِيَاثِيَّةِ بِتَمُودُجِ بِنَاءِ..

تَشِيرُ نَتَائِجُ هَذِهِ الدَّرَاسَةِ إِلَى أَنَّ ١ صِيْمَ بِنَاءِ الزَّوْاجِ المَثَالِي مِنْ جَلَالِ شِعَارِ زَرَارَةِ الأَدْيَانِ الإِنْدُونِيسِيَّةِ بِاسْتِعْدَادِ جَدَلِيَّةِ التَّخَارُجِ وَالمَوْضُوعِيَّةِ وَالأَسْتِنْعَابِ ، وَالتِّي تَنْصُ عَلَى أَنَّ الزَّوْاجِ المَثَالِي هُوَ المَسْجَلُ فِي KUA وَهُوَ دَلِيلٌ عَلَى كِتَابِ الزَّوْاجِ ٢ مَعْنَى العِلْمِ فِي شِعَارِ زَرَارَةِ الدِّينِ فِي جُمهُورِيَّةِ إِنْدُونِيسِيَا ، مِنْ وَجْهَةِ نَظَرِ المُمَثِّلِ ، المَوْضُوعُ وَالتَّقْسِيرُ هُوَ أَنَّ الزَّوْاجِ يُجِبُّ أَنْ يَكُونَ لَهُ دَفْتَرُ زَوَاجٍ مُسْجَلٍ فِي KUA وَالمَسْجَلُ فِي KUA مُجَانِي وَخَارِجٌ ، KUA يَتِمُّ إِيدَاعُ مَبْلَغٍ ٦٠٠ أَلْفٍ مُبَاشِرَةً مِنْ جَلَالِ البَنكِ ، مِمَّا يَسْرِعُ الزَّوْاجِ بِطُقُوسِ زَفَافٍ مُهِمَّةٍ قَانُونِيَّةٍ لَيْسَ وَاهٍ ، وَحَظْرُ الزَّوْاجِ عَيْرِ المُسْجَلِ لِأَنَّهُ يُمَكِّنُ أَنْ يَضُرَّ بِالنِّظَامِ القَانُونِيَّ الإِجْتِمَاعِيَّ وَنِظَامَ المُجْتَمَعِ.

هَذَا البَحْثُ لَهُ الكَثِيرُ مِنْ وَجْهَةِ القُصُورِ ، مِنْ المُتَوَقَّعِ إِجْرَاءِ مَزِيدٍ مِنَ البَحْثِ لِإِجْرَاءِ بَحْثٍ أَكْبَرَ صَيْلًا حَوْلَ إِلْحَاقِ خُطَابِ الوَعْدِ.

الكلمات المفتاحية: الزَّوْاجِ المَثَالِي ، بِنَاءِ الوَسَائِلِ ، الشِعَارِ.

## DAFTAR ISI

<b>Judul Penelitian.....</b>	<b>i</b>
<b>Pernyataan Otentitas Skripsi.....</b>	<b>ii</b>
<b>Persetujuan Dosen Pembimbing.....</b>	<b>iii</b>
<b>Pengesahan Ujian Skripsi.....</b>	<b>iv</b>
<b>Pengesahan Persetujuan Publikasi.....</b>	<b>v</b>
<b>Motto dan Persembahan.....</b>	<b>vi</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>vii</b>
<b>Kata Pengantar.....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xv</b>
<b>Daftar Gambar.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Definisi Konsep.....	6
F. Sistematika Pembahasan.....	11

## **BAB II : KONSTRUKSI MEDIA DAN PERNIKAHAN IDEAL DALAM ISLAM DI INDONESIA**

A. Konstruksi Media.....	11
B. Pernikahan Ideal dalam Islam di Indonesia.....	19
C. Pesan Dakwah tentang Pernikahan.....	28
D. Penelitian Terdahulu.....	31
E. Kerangka Berpikir Penelitian.....	37

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	39
B. Tahap Penelitian.....	40
C. Unit Analisis.....	40
D. Jenis dan Sumber Data.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Teknik Analisis Data.....	46

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Umum Slogan Kemenag RI.....	52
B. Penyajian data.....	56
C. Analisis Data dan Pembahasan.....	69

## **BAB V : PENUTUP**

A. Simpulan.....	102
------------------	-----

B. Rekomendasi.....	102
C. Keterbatasan Penelitian.....	103
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>105</b>

**Lampiran-Lampiran :**

**Transkrip Produk Media**

**Berita Acara Proposal**

**Kartu Bimbingan Konsultasi**

**Biografi peneliti**



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Makna Psikologi Warna menurut Dwi dan Arifah	14
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan	32
2.3 Kerangka Teoretik Skripsi Pernikahan Ideal dalam Konstruksi Media Slogan Kemenag RI	38
4.1.1 Identifikasi tanda pada Slogan Pertama	54
4.1.2 Identifikasi tanda pada Slogan Kedua	56
4.1.3 Identifikasi tanda pada Slogan Ketiga	60
4.1.4 Identifikasi tanda pada Slogan Keempat	65
4.2 Konstruksi Pernikahan Ideal dalam Slogan Kemenag RI	68
4.3.1 Analisis Triadik Semiotika Peirce Slogan I	72
4.3.2 Analisis Triadik Semiotika Peirce Slogan II	79
4.3.3 Analisis Triadik Semiotika Peirce Slogan III	88
4.3.4 Analisis Triadik Semiotika Peirce Slogan IV	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Slogan Kesatu	41
3.2 Slogan Kedua	42
3.3 Slogan Ketiga	43
3.4 Slogan Keempat	44
3.5 Model Triangle Makna Peirce	49
4.1 Slogan Kesatu	52
4.2 Slogan Kedua	53
4.3 Slogan Ketiga	54
4.4 Slogan Keempat	55

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perintah berdakwah dalam tuntunan Islam menuntut berbagai metode dengan beragam media. Eka Prasetya membagi metode tersebut menjadi lima, yakni: Pertama, lisan. Metode dakwah dengan media berbentuk pidato, ceramah, dan saran antar perbincangan. Kedua, Teks. di dalamnya terdapat majalah, dan slogan. Ketiga, media gambar berupa lukisan, karikatur, corak dan relief. Keempat, audio visual. Dakwah yang berpusat pada indra pendengaran dan indra penglihatan, seperti radio, televisi, dan toa. Terakhir yaitu akhlak. Segala tindakan nyata komunikator yang dapat di terapkan setelah dicermati langsung oleh komikan.<sup>1</sup>

Dalam penelitian ini peneliti ingin meneliti dakwah menggunakan opsi teks dengan semiotika sebagai metode analisis untuk mengkaji tanda seperti apa manusia memaknai segala di sekitarnya. Memaknai semiotika berbeda dengan mengkomunikasikan. Di dalamnya menelaah bervariasi interaksi dengan pemikiran yang dimiliki masing-masing individu untuk menghasilkan sebuah makna.

---

<sup>1</sup> Eka Prasetya T.J. “Analisis Semiotika Film 99 Cahaya di Langit Eropa”. *Skripsi*, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, 2015, 25.

Seperti fungsi slogan dalam sebuah iklan yang menjadi konstruksi media guna menjaring pembeli. Dalam penelitian ini, slogan sebagai media dakwah berfungsi menyadarkan masyarakat untuk mentaati aturan sesuai dengan isi slogan. Penggambaran bagaimana seseorang dapat menyusun kata-kata dengan singkat, padat, dan jelas namun menarik komunikasi dengan sisi keunikan kreatif sehingga dapat mudah dipahami sebagai imbauan dakwah dalam konteks persuasif.

Salah satu bentuk media dakwah yang peneliti kaji berupa slogan. Slogan berisi beragam ungkapan bebas yang dapat komunikator sajikan. Fungsi tersebut merupakan salah satu bentuk upaya pemerintah menghimbau kepada seluruh masyarakat Indonesia supaya melakukan pernikahan yang tercatat di KUA (Kantor Urusan Agama). Dengan demikian, pernikahan ideal dapat terpenuhi baik dari segi agama dan tatanan sosial seperti yang tercantum dalam Peraturan UU No 16 tahun 2019 tentang perubahan atas UU No 1 Tahun 1974 tentang perkawinan.

Berpacu sebuah laporan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPPA) 'Perkawinan Siri dan Dampaknya di Provinsi Jawa Barat', melalui bantuan proses warga untuk membina keluarga nikah siri atau nikah di bawah tangan adalah pernikahan yang pelaksanaannya secara tersembunyi. Ada yang tidak dicatatkan pada Petugas Pencatat Nikah, dan ada yang dicatat namun tetap disembunyikan dari masyarakat.<sup>2</sup>

Fenomena pernikahan di bawah tangan yang semakin marak terjadi ini membuat Kementerian Agama Republik

---

<sup>2</sup> Jogloabang, *Perkawinan Siri dan Dampaknya di Provinsi Jawa Barat*, 23 Oktober, 2019.

Indonesia prihatin. Banyak sekali kasus-kasus baru tak bertanggungjawab yang diakibatkan oleh pernikahan yang tidak atau belum tercatat di KUA ini. Seperti Kasus Sisca Dewi yang bermasalah dengan suami sirinya yang seorang polisi. Sisca langsung masuk ke Rutan Pondok Bambu, Jakarta Timur sebab suaminya tak mau pernikahan siri mereka diumbar ke publik lewat media sosial.<sup>3</sup>

Terdapat hanya 23.700 permohonan dispensasi pernikahan di bawah tangan di tahun 2019 akibat faktor lain yakni usia, yang dikenal dengan pernikahan dini (di bawah 19 tahun) diajukan. Namun pada Januari hingga Juni 2020 di masa pandemi Covid-19 ini, menlonjak menjadi 34.000 permohonan. 97% di antaranya dikabulkan oleh pihak pengadilan setempat, seperti dikutip dari BBC.com.

Persoalan pernikahan dini memang telah menjadi bencana global. Di Indonesia berdasarkan data tahun 2018, terdapat sebanyak 1.184.100 kasus. Dengan 668.900 kasus terbanyak di Jawa. Untuk mengentas masalah tersebut, melalui Undang Undang Nomor 16 Tahun 2019 pemerintah merubah batas usia pernikahan bagi pria dan wanita disamakan menjadi 19 tahun. Selain menilik kondisi kesiapan psikologis dan kesehatan, dengan ini pemerintah turut andil menuntun perkawinan yang sejahtera bagi para pasangan yang ingin menikah.<sup>4</sup>

Ditengah kegemparan wabah covid-19, krisis ekonomi melanda hingga mengakibatkan resesi ekonomi pada kuartal ketiga tahun 2020. Dalam kondisi demikian, BPS (Badan

---

<sup>3</sup> *Jogloabang, Perkawinan Siri dan Dampaknya di Provinsi Jawa Barat.....1.*

<sup>4</sup> *BBC.com, Pernikahan Dini Menjadi Pandemi, 03 Maret, 2020, 6.*

Pusat Statistik malah berhasil mencatat 3,06% warga Indonesia yang melaksanakan pernikahan dibawah tangan pada rentang usia 15 tahun berasal dari tingkat ekonomi rendah sebesar 40% , 1,85% untuk 40% tingkat ekonomi sedang, dan 0,91% bagi 20% tingkat ekonomi menengah atas.<sup>5</sup>

Maka sebagai wujud kepedulian atas dampak pernikahan di bawah tangan yang sering menimbulkan kesengsaraan kembali pada masyarakat Indonesia sendiri, upaya imbauan dalam bentuk media berupa slogan juga diharap menjadi acuan inovasi umat Islam dalam berdakwah. Salah satu bentuk tanda yang peneliti temukan sebagai fenomena dakwah yakni mobil ber-slogan “Mobil aja ada suratnya, masa’ nikah enggak?” dan poster ber-slogan “Pastikan Nikah Anda Tercatat di KUA”, “Nikah itu yang penting SAH bukan WAH”, dan “Say NO! To Nikah Siri”. Terciptanya slogan-slogan tersebut merupakan salah satu wujud upaya Kementerian Agama Republik Indonesia untuk menghimbau kepada seluruh masyarakat Indonesia supaya melakukan pernikahan legal yang tercatat di KUA.

Peneliti berharap media dakwah slogan dapat berkembang menjadi salah satu inovasi alternatif penyiaran Islam dalam berbagai bidang kehidupan. Terpilihnya paradigma konstruktifisme dalam penelitian ini diharapkan dapat membuktikan bahwa slogan yang menjadi andalan strategi manajemen periklanan dalam menarik konsumen dapat diaplikasikan dalam strategi dakwah *amar ma'ruf nahi munkar*. Seperti apa pernikahan ideal di Indonesia menurut Kemenag RI menjadi topik yang tepat untuk dibahas, sebab isu

---

<sup>5</sup> Muhammad Ahsan Ridhoi. Wabah Pernikahan Dini di Tengah Pandemi dan Dampak Buruknya. Katadata.co.id. diakses 17 Januari 2021 dari <https://katadata.co.id/0/analisisdata/5ff7cb5cdf279/wabah-pernikahan-dini-di-tengah-pandemi-dan-dampak-buruknya>

pernikahan *sirri* telah menjadi pandemi global. Analisis semiotika Peirce memudahkan peneliti menganalisa bagaimana slogan dapat menyampaikan topik komunikator tersebut kepada komunikan tanpa batasan sesuai dengan perspektif konseptual peneliti tentang sebab akibat sebuah media komunikasi massa bekerja. Berdasar latar belakang ini, maka peneliti memutuskan melakukan penelitian untuk skripsi dengan judul “Pernikahan Ideal dalam Konstruksi Media Slogan Kemenag RI (Analisis CS. Peirce)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Menurut latar belakang yang dijabarkan di atas, berikut rumusan masalah penelitian ini :

1. Bagaimanakah konstruksi pernikahan ideal pada slogan Kemenag RI ?
2. Bagaimanakah makna slogan Kemenag RI tentang pernikahan ideal ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dengan rumusan masalah tersebut, maka didapatkanlah beberapa tujuan dari penelitian ini :

1. Untuk mengetahui gambaran pernikahan ideal di Indonesia yang dikonstruksikan dalam media slogan Kemenag RI.
2. Untuk mengetahui makna slogan Kemenag RI dilihat dari representamen, objek, dan interpretannya.

## **D. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat teoretik

- a) Laporan dan hasil penelitian ini dimaskudkan menambah panorama terkait dengan topik analisis CS. Peirce pada media teks dalam ilmu komunikasi.
- b) Menjadi bahan konstruksi, referensi serta tambahan literasi pustaka guna pengembangan ilmu pengetahuan pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

### 2. Kegunaan praktis

- a) Menyumbangkan pemikiran kepada lembaga Komunikasi dan Penyiaran Islam tentang realitas objek penelitian teks media.
- b) Menambah konsepsi bagi para praktisi di bidang ilmu komunikasi pada umumnya, bahwa media slogan dalam teks media dapat dikembangkan sebagai wadah dakwah di masyarakat, lembaga dan seterusnya.

## **E. Definisi Konsep**

Definisi konsep pada penelitian ini berguna bagi peneliti untuk menjelaskan konsep-konsep sesuai judul agar tidak melenceng dari kajian topik yang dibahas. Definisi konsep dalam penelitian ini yakni tentang pernikahan ideal, konstruksi media, slogan dan analisis semiotik. Untuk lebih lanjut, dapat dibaca sebagai berikut :

## 1. Pernikahan Ideal

Kata nikah yaitu *nikaahun* yang merupakan kata dasar Bahasa Arab dari kata nakaha. Memiliki sinonim *tazawwaja* yang bermakna pernikahan.<sup>6</sup>

Penikahan menurut hukum Islam adalah “Akad yang sangat kuat atau *miitsaqon gholiidhon* untuk mentaati perintah Allah dan melaksanakannya merupakan ibadah.”<sup>7</sup>

## 2. Konstruksi Media

Teori konstruktivisme adalah paradigma yang melihat kebenaran sebagai realitas sosial di mana hasil konstruksi sosial bersifat nisbi.<sup>8</sup>

Teori konstruktivisme adalah individu menafsirkan sesuatu sesuai kategori konseptual yang ada dalam fikiran dengan cara masing-masing.<sup>9</sup> Teori konstruktivisme bukan realitas sejati, namun sudut pandang dari orang lain lah yang dapat menggambarkan diri individu menjadi sebuah realitas majemuk.

Paradigma konstruktivisme merupakan hakiki suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial yang

---

<sup>6</sup> Abd Shomat, “*Hukum Islam Penoraman Prinsip Syariah dalam Hukum Indonesia*”, (Jakarta Prenada Media Goup, 2010), 272.

<sup>7</sup> Departemen Agama RI, *Kompilasi Hukum Islam di Indonesia*, (Jakarta; Direktorat Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam, 1997), 14.

<sup>8</sup> Stephen W littlejhon, *Ensiklopedia Teori Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2016), 216.

<sup>9</sup> Karman, Konstruksi Relaitas Sosoail Sebagai Gerakan pemikiran (Sebuah Telaah Teoritis Terhadap Konstruksi Realitas Peter L, Berger), *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komununikasi dan Informatika*, Vol 5, 3 Maret, 2015, 56.

bersifat subjektif. Interpretasi realitas sosial oleh individu maupun kelompok sesuai dengan kapasitas informasi dalam otak masing-masing, sehingga hasil yang didapat bervariasi.<sup>10</sup>

Konstruktivisme dalam sebuah studi ialah tentang upaya mental manusia dikonstruksikan dari waktu ke waktu dan upaya jaringan *neural* yang dilatih untuk menjalankan tindakan simbolik tertentu menjadi otomatis terkondisi untuk melanjutkan tindakan berikutnya.

### 3. Slogan

Kata "slogan" berasal dari bahasa Gaelik "*shuagh-ghairm*" yang berarti teriakan bertempur. Menurut KBBI, Slogan merupakan kalimat pendek yang dirangkai menarik dan mencolok, sehingga mudah diingat untuk menjelaskan tujuan suatu ideologi, organisasi dan partai politik.

Slogan berkarakteristik tertentu sehingga dapat dibedakan dengan media informasi lainnya, seperti klausa, frase, semboyan ataupun motto. Slogan biasanya termuat dalam iklan atau reklame dan poster, dan dibuat dengan pilihan kata menarik dan mudah diingat.

### 4. Analisis Semiotika

Menurut Masinambow, semiotika atau semiologi adalah istilah yang digunakan untuk mempelajari tentang

Menurut Roland Barthes, semiotika bermaksud memaknai segala hal yang berbeda dengan mengkomunikasikan.

---

<sup>10</sup> Deddy Mulyana. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2003) , 45.

Jakobson dalam Laffont juga memaparkan bahwa semiotika ialah usaha menemukan general dari segala sistem tanda dengan hubungan dan ciri khasnya.

Bagi Saussure, semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang tanda di tengah-tengah kehidupan sosial dimana makna apa itu tanda dan bagaimana aturan-aturannya.

Sedang Teew memberi batasan bahwa semiotika merupakan tindakan komunikasi.

Semiotika signifikasi yang dikembangkan oleh Ferdinand de Saussure menyatakan bahwa fenomena sosial bahasa ditentukan oleh kebiasaan sosial. Tanda berupa konsep dimana citra bunyi disandarkan, dan aspek citra tentang bunyi.

Semiotika komunikasi yang dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce lebih menekankan teori produksi tanda yakni representmen, interpretan dan objek.<sup>11</sup>

## **F. Sistematika Pembahasan**

Untuk memudahkan memahami alur penelitian skripsi “Pernikahan Ideal dalam Konstruksi Media Slogan Kemenag RI (Analisis CS. Peirce)” ini, maka dibuat sistematika pembahasan sebagai berikut :

**BAB I** : Pendahuluan berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, definisi konsep, dan sistematika pembahasan penelitian ini.

---

<sup>11</sup> Juli Prasetya. “Kajian Makna Simbolik pada Wayang Bawor (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)”. *Skripsi*, Jurusan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto, 2016, 54

- BAB II : Kajian teoretik pernikahan ideal dalam Islam dan konstruksi media berisi penjabaran detail pernikahan ideal dalam Islam, pesan dakwah tentang pernikahan, dan konstruksi media, penelitian terdahulu yang relevan dan kerangka berpikir penelitian ini.
- BAB III : Metode penelitian berisi tentang langkah - langkah operasional dalam melakukan penelitian. Pada penelitian analisis teks media ini terdapat pendekatan dan jenis penelitian, tahap penelitian, unit analisis, jenis dan sumber data, hingga teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.
- BAB IV : Hasil penelitian dan pembahasan berisi deskripsi umum slogan Kemenag RI, penyajian data yang meliputi identifikasi tanda pada slogan I, II, III, dan IV dan analisis dan pembahasan penelitian meliputi konstruksi realitas pernikahan ideal pada slogan I, II, III, dan IV, dan analisis makna pada slogan I, II, III, dan IV.
- BAB V : Penutup berisi simpulan, rekomendasi, dan keterbatasan penelitian.

## BAB II

# KONSTRUKSI MEDIA DAN PERNIKAHAN IDEAL DALAM ISLAM DI INDONESIA

## A. Konstruksi Media

### 1. Teori Konstruksi Media

Teori konstruktivisme adalah paradigma yang melihat keabsahan sebagai realitas sosial dengan hasil konstruksi bersifat nisbi.<sup>12</sup> Menurut teori ini pula, individu menafsirkan kategori konseptual dalam fikiran dengan cara masing-masing.<sup>13</sup>

Teori konstruktivisme menggambarkan bahwa individu berpikir sesuai dengan kategori konseptual dari pikiran masing-masing. Bukan realitas sejati, namun sudut pandang dari orang lainlah yang dapat menggambarkan diri individu menjadi sebuah realitas majemuk.

Paradigma konstruktivisme ialah realitas sosial yang bersifat subjektif. Realitas sosial diinterpretasikan oleh individu maupun kelompok sesuai dengan kapasitas informasi dalam otak masing-masing, sehingga hasil yang didapat bervariasi.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Stephen W. Littlejohn, *Ensiklopedia Teori Komunikasi* (Jakarta: Kencana, 2016), 216.

<sup>13</sup> Karman, *Konstruksi Realitas Sosial Sebagai Gerakan Pemikiran (Sebuah Telaah Teoritis Terhadap Konstruksi Realitas Peter L. Berger)*, *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika*, Vol 5, 3 Maret 2015, 40-50.

<sup>14</sup> Deddy Mulyana. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2003) , 45.

Konstruktivisme dalam bentuk orisinanya terhadap produk media dikonstruksikan dari waktu ke waktu dan bagaimana jaringan neural yang sebelumnya dilatih untuk menjalankan tindakan simbolik tertentu pada suatu objek menjadi otomatis terkondisi untuk melanjutkan tindakan berikutnya.

Proses konstruksi terhadap media menurut perspektif Berger dan Luckmann melalui dialektis dari tiga bentuk konsep realitas, yakni realitas objektif, simbolik, dan subjektif. Realitas objektif atau realitas eksternal seperti ideologi yang diyakini sebagai fakta. Realitas simbolik adalah bentuk apresiasi objektifitas dari memahami realitas objektif. Contohnya produk industri teks media, seperti slogan pada poster, berita di koran atau artikel pada website.<sup>15</sup>

Di dalam suatu produk media secara langsung tersemat tiga momen simultan, yaitu eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Eksternalisasi menyesuaikan diri dengan dunia sosio kultural sebagai proses pencurahan diri secara berkesinambungan kedalam dunia, baik dalam aktivitas fisik maupun mentalnya. Objektivasi menjadi hasil eksternalisasi, pada tahap ini masyarakat dipandang sebagai realitas objektif. Internalisasi adalah proses penyerapan ulang objektif dalam kesadaran sehingga subjektif individu terpengaruhi oleh struktur dunia sosial. Masyarakat menyiratkan realitas objektif secara subjektif oleh tiap individu.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Ranti Nuarita, *Analisis Media*, 2018 ; Coretan Kuliah Ranti, diakses pada tanggal 29 September 2020 dari <https://rantialkharizmi.blogspot.com/2016/11/analisis-media-oleh-ranti-nuarita.html>.

<sup>16</sup> Fifi Muta'afi, *Konstruksi Sosial Masyarakat Terhadap Penderita Kusta*, Jurnal Paradigma Penelitian Fakultas Ilmu Sosial, Vol. 3, No.3, 2015, 2

Perspektif atau sudut pandang dalam menilai media sebagai realitas subjektif tiap individu berbeda-beda tergantung pengetahuannya. Media dalam kajian ini pada hakikatnya menjadi perantara komunikator dalam berkomunikasi dengan komunikan. Wajah media berupa wadah untuk memberi dampak dan akibat pada komunikan.<sup>17</sup>

Realitas subjektif dalam perspektif individu mengkonstruksi definisi dari sebuah realitas objektif melalui proses internalisasi dalam sebuah struktur sosial di mana seiring bertambahnya pengetahuan secara kolektif berpotensi memunculkan sebuah ide inovasi untuk membentuk konstruksi realitas objektif yang baru pada media tersebut.<sup>18</sup>

Aspek yang mempengaruhi realitas objektif berupa faktor luar dari orang-orang yang berkomunikasi, terdiri dari:

1. Aspek fisik, contoh suhu, tekanan, kondisi ruangan, dan media komunikasi.
2. Aspek psikologi, contoh etika, prasangka, dan emosi.
3. Aspek sosial seperti norma, nilai sosial, dan budaya.

Elemen-elemen pencipta makna pembentuk realitas subjektif dalam objek pada pesan nonverbal teks media antara lain sebagai berikut :

---

<sup>17</sup> Ranti Nuarita, *Analisis Media*..... 1.

<sup>18</sup> LP. Berger dan T. Luckman, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan*, (Jakarta: LP3ES, 2013), 41.

### a. Warna

Warna menggambarkan suasana kejiwaan komunikator dalam karyanya sebab warna berfungsi tajam menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang timbulnya perasaan.<sup>19</sup>

Pengertian warna dalam sebuah karya berkaitan dengan konsep psikologi warna yakni makna tercetus dari kejelasan.

Tabel 2.1

Makna Psikologi Warna Menurut Dwi dan Arifah<sup>20</sup>

Merah	Keberanian, Kekuatan, dan Nafsu
Kuning	Ceria, Bahagia, dan Optimis
Hijau	Kesuburan, Kedamaian dan Keseimbangan
Putih	Bersih, Suci, dan Kebebasan
Biru	Kecerdasan, dan Rasa Percaya Diri
Ungu	Rasa Akrab dan Aman
Hitam	Ketegasan, Kokoh, dan Hampa

<sup>19</sup> Imam Muflihun, "Kajian Semotis Poster *Anti-Tank* Karya Andrew Lumban Gaol". *Skripsi*, Jurusan Pendidikan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta, 2017, 11-13. Usahakan referensi dalam bentuk buku.

<sup>20</sup> Dwi Wahyuningtyas & Arifah F. Hidayati, *Labirin Diri : Temukan Jalanmu Mengetahui Tentang Diri Sendiri*, (Malang: Multimedia Edukasi, 2020), 54

## b. Ilustrasi

Ilustrasi membuat pesan atau makna yang disampaikan ke komunikan menjadi lebih mudah diterima. Ilustrasi yang dipakai dalam setiap karya seni rupa bisa berupa gambar, poster dan lain sebagainya.<sup>21</sup>

Berdasarkan coraknya, Busran mengklarifikasikan ilustrasi menjadi dua, yaitu:

1. Ilustrasi realistik, penggambaran visual yang memiliki perspektif sesuai keadaan aslinya. Contohnya poster, dan fotografi.
2. Ilustrasi non realistik, penggambaran visual deformasi dari aslinya. Contoh kartun, dan tipografi.

## c. Tipografi

Tipografi dalam desain grafis yaitu rangkaian huruf yang menjelaskan makna pada sebuah gagasan, dan dapat memberi kesan visual yang ingin ditampilkan dari komunikator pada komunikan.

Jenis tipografi dalam pengelompokan tipografi mewakili setiap jenis font dengan ciri khas masing-masing.<sup>22</sup>

### 1) Serif

Serif adalah font yang paling klasik. Diberi nama serif karena memiliki *serif* atau *sirip* di tiap tepinya. Tipografi serif

---

<sup>21</sup> Busran, Senarai Penelitian: Islam Kontemporer Tinjauan Multikultural, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 390

<sup>22</sup> Tipografi dalam Dunia Desain Grafis, *Tips Percetakan*, 2017, 1

biasa digunakan untuk segala bentuk tulisan, Times New Roman adalah salah satunya yang biasa digunakan untuk membuat sebuah dokumen.

## 2) Egyptian

Serif cenderung bersize besar dikenal dengan Egyptian atau Slab Serif. Font ini cocok digunakan untuk penegasan dalam menyampaikan suatu pesan. Mayoritas digunakan untuk desain periklanan, karena memiliki ukuran serif yang tebal dan besar, sehingga bisa menarik perhatian. Biasanya hanya dipakai untuk font judul, header, dan logo.

## 3) Sans Serif

Sans serif berarti huruf yang tidak memiliki serif. Contoh dari tipografi ini adalah font Arial. Jenis ini masih dianggap sebagai pilihan yang paling simpel, modern, efisien, dan bersih. Dengan bentuknya yang sederhana, membuatnya telah dipakai di kebanyakan interface layar digital.

## 4) Script

Script ialah tipografi yang bentuknya mirip tulisan tangan tradisional. Jenis Script dipilih sebab terasa lebih estetik, biasanya digunakan untuk judul undangan, dan sertifikat penghargaan,. Tipografi script mayoritas memiliki ketebalan atau ketipisan tulisan tergantung tiap variasi. Pada penggunaannya agar terlihat rapi,, huruf pertama dibuat kapital dan sisanya berupa huruf kecil.

## 5) Dekoratif

Huruf jenis ini bergaya dan memberi kesan tertentu ke pembaca. Bentuk font dekoratif kurang cocok digunakan untuk tulisan sebuah paragraf. Contohnya Font Disney.

## 2. Media Dakwah Slogan

Kata "slogan" atau "*sluagh-ghairm*" bermakna teriakan bertempur yang berasal dari bahasa Gaelik. Menurut KBBI, slogan ialah kalimat singkat yang dirangkai menarik dan mencolok sehingga mudah diingat untuk menjelaskan tujuan suatu ideologi.

Slogan berkarakteristik tertentu sehingga dapat dibedakan dengan media informasi lainnya, seperti klausa, frase, semboyan ataupun motto. Slogan biasanya termuat dalam iklan atau reklame dan poster, dan dibuat dengan pilihan kata menarik dan mudah diingat.

Slogan memiliki unsur - unsur yakni :<sup>23</sup>

1. Terdiri dari kumpulan kata singkat, padat, jelas, mudah diingat, menarik, memiliki makna yang jelas dan saling terhubung satu sama lain menggunakan subjek orang pertama
2. Berbentuk frasa, klausa atau kalimat komunikatif yang bersifat persuasif
3. Berupa semboyan suatu organisasi atau masyarakat yang memiliki tujuan dan target pembaca.

Hal tersebut sama dengan ciri-ciri slogan yakni menjelaskan perihal sesuatu entah berupa suatu produk atau

---

<sup>23</sup> Imam Suyitno. *Proposisi Bentuk Kosong dalam Wacana Slogan*. Jurnal Humoniora Sastra Universitas Gadjah Mada. Vol. 17. No.3. Oktober 2005, 254-255.

layanan masyarakat, umumnya tersusun dari sebuah perkataan yang menarik dan mudah diingat sehingga pesan yang terkandung dengan jitu dapat tersampaikan, biasanya terdapat dalam poster atau iklan, slogan dapat pula berupa semboyan sebuah simbol negara atau organisasi masyarakat.

Pada umumnya kita melihat sebuah slogan dalam bentuk iklan, dimana penjual atau produsen membuatnya untuk menjelaskan dan mempromosikan produk dan jasanya kepada masyarakat luas. Saat ini penggunaan slogan sudah meluas kepada hal-hal lain seperti kampanye anti korupsi, kampanye anti narkoba, sampai imbauan pesan sebagai media dalam berdakwah.<sup>24</sup>

Apapun bentuknya, tujuan utama slogan yaitu untuk mengajak orang lain agar bertindak sesuai dengan isi slogan tersebut. Sesuai dengan tujuannya, slogan dapat menjadi media komunikasi dalam berdakwah. Menurut komunikasi, slogan memiliki proses memberikan pesan dari komunikator atau pemberi pesan kepada komunikan atau penerima pesan.

Dalam berdakwah, slogan termasuk kategori komunikasi persuasif, di mana komunikasi semakna dengan makna dasar dakwah yakni mengajak, membujuk atau merayu. Dengan begitu, slogan menjadi wadah media dakwah dalam bentuk teks. Proses komunikasi dakwah dalam slogan dimulai dari komunikator atau da'i sampai mendapat respon dari komunikan atau mad'u. Hal itu diharapkan komunikan dapat mengamalkan pesan dakwah yang telah diterimanya lewat slogan tersebut.

---

<sup>24</sup> Web-bahasaindonesia, "*Pengertian, Ciri-ciri, dan Contoh Slogan*", 12 Juni, 2015, 2.

## B. Pernikahan Ideal dalam Islam di Indonesia

### 1. Pengertian Nikah

Kata nikah yaitu *nikaahun* yang merupakan kata dasar Bahasa Arab dari kata nakaha. Memiliki sinonim *tazawwaja* yang bermakna pernikahan.<sup>25</sup>

Kompilasi Hukum Islam (KHI) di Indonesia menyatakan pernikahan berdasarkan hukum Islam ialah “Ikatan yang sangat erat untuk mentaati perintah Allah dan melaksanakannya bernilai ibadah”. Ungkapan tersebut merupakan penjelasan UU Nomer 1 tahun 1974 tentang perkawinan yang mengandung arti bahwa akad perkawinan bukanlah semata perjanjian yang bersifat keperdataan. bernilai ibadah” berdasarkan sila “Ketuhanan Yang Maha Esa”.<sup>26</sup>

Hukum asal nikah adalah sunah bagi seseorang yang memang sudah mampu untuk melaksanakannya sebagaimana anjuran Rasulullah dalam riwayat al-Bukhari nomor 5056 berikut ini :

يَا مَعْشَرَ الشَّبَابِ مَنْ اسْتَطَاعَ مِنْكُمُ الْبَاءَةَ فَلْيَتَزَوَّجْ، فَإِنَّهُ أَغْضُ لِلْبَصَرِ وَأَحْسَنُ لِلْفَرْجِ، وَمَنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَعَلَيْهِ بِالصَّوْمِ فَإِنَّهُ لَهُ وَجَاءٌ

Artinya, "Wahai para pemuda, jika telah mampu, menikahlah. Menikah itu sungguh lebih menenteramkan mata dan kelamin. Bagi yang belum mampu, berpuasalah karena puasa bisa menjadi tameng."<sup>27</sup>

<sup>25</sup> Abd Shomat, *Hukum Islam Penoraman Prinsip Syariah dalam Hukum Indonesia*, (Jakarta : Prenada Media Goup, 2010), 272.

<sup>26</sup> Jamaluddin, *Buku Ajar Hukum Perkawinan*, (Lhokseumawe : Unimal Press, 2016), 23.

<sup>27</sup> Kitab *Shahih Bukhori jilid 5, no 5056*.

Perkawinan juga dianjurkan untuk memperoleh keturunan, guna melangsungkan kehidupan jenisnya dapat dilihat dalam QS. al-Dzariyat ayat 49, QS.Yasin ayat 36, QS. al Hujurat ayat 13 dan QS. an Nahl ayat 72. Wujud perkawinan untuk kedamaian hidup antara suami istri, kalangan keluarga yang lebih luas, bahkan dalam kehidupan umat manusia umumnya. Hal ini juga dapat dilihat dalam QS. ar Rum ayat 21 dan QS. an Nur ayat 32.<sup>28</sup>

## 2. Macam-macam Pernikahan

Dikutip dari Jamaluddin, berbagai macam pernikahan yang keberadaannya diketahui oleh masyarakat Indonesia sebagai berikut :<sup>29</sup>

### a. Nikah *Mut'ah*

Nikah *mut'ah* adalah nikah kontrak akibat darurat atau terpaksa karna suatu urusan. Pernikahan ini memiliki perjanjian batasan waktu dan pelaksanaannya tanpa wali maupun saksi. Pernikahan tersebut hukumnya haram. Hikmah pengharaman ini untuk mencegah terlahirnya anak-anak hasil perzinaan sebab pihak lelaki memanfaatkan sistem nikah ini sebagai media berzina.

### b. Nikah *Sirri*

Nikah *sirri* atau nikah yang disembunyikan juga disebut pernikahan di bawah tangan. Meski nikah *sirri* secara sah dianggap sah, namun tetap tidak diakui sebab

<sup>28</sup> Jamaluddin, *Buku Ajar Hukum Perkawinan*.....19-20.

<sup>29</sup> Kitab *Al Bayyinatuli lmiyyah*. 730-740

tidak tercatat di Kantor Urusan Agama (KUA). Maka segala dampak yang ditimbulkan pernikahan ini tidak dapat diproses secara hukum.

c. Nikah Kontrak

Nikah kontrak hukumnya haram . Sama dengan nikah mut'ah., hanya saja nikah kontrak tidak memiliki alasan darurat.

d. Poliandri

Pernikahan yang hukumnya haram sebab artinya, seorang perempuan memiliki suami lebih dari satu orang.

e. Poligami

Poligami adalah satu lelaki yang memiliki banyaistri lebih dari satu orang. Islam memperbolehkan seorang laki-laki untuk menikah lebih dari sekali namun kurang disarankan bila tidak dapat berlaku adil.

f. Isogami

Pernikahan di suatu daerah pemukiman yang sama yang kesukuannya wajib sama dan melarang pernikahan beda suku atau etnis.

g. Esogami

Kebalikan dari Isogami, pernikahan ini dilaksanakan oleh lelaki dan perempuan yang berbeda suku, etnis, bahkan wilayah tempat tinggal.

#### h. Monogami

Pernikahan yang dilakukan oleh seorang laki-laki dan perempuan. Monogami adalah asas perkawinan dalam Islam dan juga anjuran asas hukum pernikahan Indonesia. Namun demikian tidak menutup kesempatan untuk suami menikahi perempuan lebih dari satu asalkan dapat berbuat adil.

#### i. Kawin Lari

Pernikahan yang tidak direstui oleh orang tua, baik oleh orang tua laki-laki maupun orang tua perempuan. Pernikahan ini sah jika dilakukan sesuai rukun dan syaratnya.

#### j. Perkawinan Sesama Jenis

Perkawinan ini merupakan perkawinan yang dilakukan oleh oleh kaum homo seksual dan lesbian. Pernikahan ini di Indonesia tidak diakui dan dalam agama Islam hukumnya haram bahkan pelakunya harus dirajam.

### 3. Syarat dan Rukun Nikah

Berikut rukun dan syarat nikah yang harus terpenuhi untuk menikah :<sup>30</sup>

#### a) Calon mempelai

##### 1) Calon suami dengan syarat,

##### (a) Agama Islam

---

<sup>30</sup> Kitab Fathul Qorib..43-53.

- (b) Laki-laki
  - (c) Identitas jelas.
  - (d) Bersedia menikah
  - (e) Tidak berhalangan menikah
- 2) Calon istri dengan syarat,
- (a) Agama Islam (ada yang menyebutkan mempelai wanita boleh beragama nasrani maupun yahudi)
  - (b) Perempuan
  - (c) Jelas identitasnya
  - (d) Bersedia menikah
  - (e) Tidak berhalangan menikah
- b) Wali dari pihak mempelai perempuan
- 1) Laki-laki (berdasarkan urutan wali nikah)
  - 2) Dewasa
  - 3) Mempunyai hak wali atas pihak pengantin wanita
  - 4) Adil
  - 5) Agama Islam
  - 6) Berakal
  - 7) Tidak berhalangan berihram haji atau umrah
- c) Saksi
- 1) Minimal dua orang laki-laki
  - 2) Menyaksikan ijab qabul
  - 3) Paham akad nikah
  - 4) Agama Islam
  - 5) Adil
  - 6) Baligh

d) Ijab kabul

- 1) Menggunakan bahasa yang mudah dimengerti .
- 2) Ucapan akad nikah haruslah jelas dan dapat didengar oleh para saksi.
- 3) Diucapkan oleh wali pihak perempuan dan dijawab oleh calon mempelai laki-laki.

#### **4. Pernikahan Secara Islam di Indonesia**

Sumber hukum perkawinan di Indonesia secara Islam terkandung di dalam ajaran hukum Allah dan Sunnah-Nya, penjelasan lebih lanjut dapat dilihat dalam kitab-kitab fiqh munakahat karya para mujtahid terdahulu, seperti fiqh munakahat karya Imam Syafi'i.<sup>31</sup>

Menimbang layaknya peran sebagai seorang warga negara, pemerintah menghimbau pencatatan pelaksanaan pernikahan agar terjaminnya hak atas kelangsungan hidup hingga perlindungan dari kekerasan dan diskriminasi terhadap anak sebagaimana Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Indonesia telah memiliki beberapa peraturan perundang-undangan tentang pencatatan perkawinan bagi orang Islam, yaitu sebagai berikut :

- 1) Peraturan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan

---

<sup>31</sup> Jamaluddin, *Buku Ajar Hukum Perkawinan.....*32.

2) Peraturan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2006 tentang Administrasi Kependudukan bagi Orang Islam

3) Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2007 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2006 tentang Administrasi Kependudukan

4) Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2007 tentang Pencatatan Nikah

5) Keputusan bersama Dirjen Bimbingan Masyarakat Islam dan Urusan haji dan Dirjen Protokoler dan Konsuler Nomor 280/07 Tahun 1999, Nomor: D/447/Tahun 1999 tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Perkawinan Warga Negara Indonesia di Luar Negeri

Pengertian perkawinan secara Islam dalam UU Perkawinan mempunyai 4 unsur, yakni :<sup>32</sup>

1) Ikatan lahir batin untuk memperkuat akad ikatan nikah dalam mewujudkan keluarga bahagia dan kekal.

2) Antara seorang pria dengan seorang wanita menganut azas monogami.

3) Membentuk keluarga bahagia dan kekal sampai akhir hayat hingga di akhirat.

4) Berdasarkan Ketuhanan Yang Maha Esa dalam arti sahnya pernikahan diukur berdasar hukum agama dan negara.

---

<sup>32</sup> Jamaluddin, *Buku Ajar Hukum Perkawinan*.....17-18.

## 5. Pernikahan Ideal menurut Islam dan Pemerintah

Dalam perkawinan ideal yang sesuai dengan UU tentang perkawinan, pelaksanaan utama harus tunduk atas peraturan syariat agama Islam bagi pemeluknya dan memenuhi kelengkapan persyaratan pencatatan di KUA sebagai pembuatan data legal untuk kekuatan hukum. Memang dalam Islam tidak ada hukum yang mengharuskan untuk mencatatkan pernikahan.

Nikah *sirri* dimaknai nikah yang tidak dicatatkan di KUA dianggap tidak sah dalam hukum negara Indonesia karena tidak memperoleh surat - surat resmi terkait legalitas pernikahan tersebut. Peraturan ini membawa banyak konsekuensi hukum bagi yang bersangkutan.<sup>33</sup>

Terdapat pula kasus dicatatkan di KUA namun disembunyikan status perkawinan tersebut dihadapan masyarakat. Hal ini juga kurang dianjurkan sebab dapat merusak tatanan hukum sosial. Kecurigan kelengkapan syarat pendataan pernikahan dapat timbul seperti stigma istri simpanan dalam strata sosial sebab tiada persetujuan istri yang lain untuk menikah lagi namun tetap dilegalkan pihak pencatatan pernikahan, lebih parah dari itu bisa dianggap kumpul kebo.<sup>34</sup> Belum dampak psikologis pada anak hasil hubungan tersebut. Karna hal tersebut, perlunya pelaksanaan upacara perkawinan digelar untuk disiarkan.

Untuk kemeriahan pesta pernikahan sendiri dipasrahkan pemerintah sesuai dengan adat dan kondisi finansial pihak

---

<sup>33</sup> Jamaluddin, *Buku Ajar Hukum Perkawinan*.....35.

<sup>34</sup> Astri Ediyati, *Dampak Nikah Siri bagi Bunda dan Anak*..... 4.

yang bersangkutan. Dilain hal dalam Islam pelaksanaan pesta pernikahan tidak dianjurkan bermegah-megah, cukup diadakan sesuai kemampuan finansial yang penting berkah dan peristiwa pernikahan tersebut disiarkan guna menghindari fitnah dan zina.<sup>35</sup>

Pernikahan dini atau di bawah batas ketentuan umur peraturan negara meski memenuhi syariat Islam, dalam hukum negara dipandang juga tidak sah. Melalui amandemen Undang - Undang tentang Perkawinan Nomor 1 Tahun 1974 dalam Undang - Undang Nomor 16 Tahun 2019, pemerintah memberi upaya pelonggaran dengan merubah batas usia pernikahan menjadi 19 tahun. Dengan ini pemerintah turut andil memaksimalkan bimbingan bagi para pasangan yang ingin menikah terutama dalam kesiapan kondisi psikologis dan kesehatan.<sup>36</sup>

Adapun maksud pernikahan ideal dalam Kompilasi Hukum Islam adalah jika pelaksanaan akad nikah sudah terjadi antara seorang pria dengan seorang wanita sebagai suami istri dengan memenuhi syarat dan rukun nikah yang sesuai syariat Islam dan hukum negara.<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup> Hukumonline, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2019 tentang Perkawinan, diakses pada Oktober 2020 dari [www.hukumonline.com](http://www.hukumonline.com).

<sup>36</sup> Jamaluddin, *Buku Ajar Hukum Perkawinan*..... 34.

<sup>37</sup> Departemen Agama RI, *Kompilasi Hukum Islam di Indonesia*..... 58.

## C. Pesan Dakwah tentang Pernikahan

### 1. Pengertian Pesan Dakwah

Dakwah sebagai alat melakukan perubahan sosial. Perilaku masyarakat yang melanggar norma dan etika harus diluruskan agar dampak buruknya tidak menyebar dan menjadi penyakit masyarakat yang lain.

Antara dakwah dan Islam tidak dapat dipisahkan, urgensinya keberadaannya sangat diharapkan. Dalam perspektif Islam, da'i sebagai komunikator dakwah Pengertian pesan dakwah sendiri adalah sebuah informasi berupa ajakan kebaikan ataupun larangan yang difungsikan untuk mengajak komunikasi menjalankan ketentuan ajaran Islam menurut al Qur'an dan Hadist.

Sebab pesan dakwah harus disampaikan secara aktual. Untuk prosesnya, komunikator dakwah memilah dan memilih materi dakwah guna dikembangkan menjadi sebuah pesan dakwah atau ceramah. Pesan yang sudah tersaji itu disampaikan melalui media untuk mempermudah diterima oleh komunikan.<sup>38</sup>

### 2. Kategorisasi Pesan Dakwah

Dikutip dalam Wahyu, pengelompokkan pesan dakwah secara umum antara lain:<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Nurasih Ismail, "Pesan Dakwah tentang Nikah di Media Sosial Instagram", *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Volume 3, Nomor 1, 2018, 22-45.

<sup>39</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2013), 101-102.

- a. Pesan akidah, meliputi rukun Iman
- b. Pesan akhlak, meliputi akhlak terhadap Allah SWT, dan seluruh ciptaannya.
- c. Pesan syariah, meliputi rukun Islam dan mu'amalah.

Sumber pesan dakwah dari Al Qur'an, hadist Nabi SAW, pendapat para ulama, hasil penelitian ilmiah, kisah dan pengalaman teladan, hingga seni.<sup>40</sup>

### **3. Pernikahan sebagai Pesan Dakwah di Indonesia**

Materi pernikahan dalam Islam sangat menarik menjadi perbincangan. Selain menjadi ajaran Islam sunnah Rasulullah tentang syariah dan muamalah, problematika tentang pernikahan yang kian marak, mengharuskan berbagai pihak menegakkan hukum tertulis hingga himbauan dalam bentuk apapun.

Terkait pentingnya sebagai kemaslahatan sosial, banyak media yang menjadikan materi ini sebagai topik utama pesan dakwah kepada khalayak. Sesuai dengan salah satu konseptual kategorisasi pesan dakwah yang penting untuk disebarluaskan, pernikahan merupakan kecenderungan naluri atau fitrah manusia pada lawan jenis untuk meneruskan keturunan yang diatur Allah melalui hukum-hukum yang sesuai kebutuhan untuk ditaati.<sup>41</sup>

Adapun sebagai dakwah, pernikahan adalah sarana untuk saling mengingatkan pada kebaikan dan takwa. Peran pemerintah dalam mengawasi dilakukan agar dalam

---

<sup>40</sup> Suryana, *Metode Dakwah Islam*, (Parepare : IAIN Parepare, 2017).

<sup>41</sup> Hidayatullah.com, "*Pernikahan, Dakwah, dan Jihad (1)*", 12 Juni, 2015.

pelaksanaan Hukum Perkawinan Islam tidak disalahgunakan. Salah satu lembaga yang berperan terkait mengatur mengawasi pernikahan di Indonesia adalah Departemen Kementerian Agama. Walau sudah banyak Undang-undang dan saksi yang mengikat, pernikahan tidak dicatatkan di KUA masih marak dilakukan.

Imbauan tentang pencatatan pernikahan di KUA dilakukan Kementerian Agama Republik Indonesia sebagai komunikator dalam upaya untuk menghindari pelanggaran pernikahan di bawah tangan yang telah menjadi pandemi global sebab dampak negatifnya yang signifikan tersebut berimbas merusak sistem kemakmuran suatu negara seperti anak terlantar, tingginya kelahiran yang tidak terkendali, kemiskinan, krisis identitas dimana status dan latar belakang sebagai persoalan, rusaknya tatanan hukum dan sosial keluarga hingga tindak kekerasan dan pidana yang tak dapat memperoleh keadilan hukum.

Pernikahan sebagai pesan dakwah dalam hal ini penyuarakan terkait larangan nikah di bawah tangan akibat syarat yang belum dapat terpenuhi dan pentingnya pencatatan pernikahan di KUA agar hak legalitas individu dan keturunannya sebagai warga negara terjamin. Dalam mengkomunikasikan sebagai sebuah pesan dakwah, penyampaian tentang pernikahan ideal menurut Kementerian Agama yang tentunya sinkron dengan hukum negara dan agama membutuhkan sebuah wadah media agar dapat tersampaikan pada komunikan yakni masyarakat di wilayah Indonesia.

## D. Penelitian Terdahulu

Sebelum melaksanakan penelitian, penulis telah menelaah beberapa skripsi terdahulu sebagai bahan referensi yakni sebagai berikut:

Skripsi yang ditulis oleh Ayu Puji Rahayu pada tahun 2017 dengan judul “Analisis Semantik Slogan-Slogan di Lingkungan Sekolah (Studi Kasus Di Mi Tarbiyatul Aulad Jombor, Kecamatan Tuntang, Kabupaten Semarang) Tahun 2017”. Dalam penelitian ini terpapar hasil (1) Slogan pendidikan adalah slogan yang mengandung makna berkaitan dengan dunia pendidikan. Sedangkan slogan motivasi/ nasehat adalah slogan yang mengandung makna imbauan, nasehat, dan motivasi. (2) Makna semantik leksikal berbentuk dalam slogan dari kata dasar. sedang struktur gramatikal berupa klausa, maupun kalimat. Slogan yang mengandung makna semantik kontekstual berbentuk konteks situasi.<sup>42</sup>

Selanjutnya skripsi yang disusun oleh Abdur Rohim pada tahun 2017. Di mana hasil dari “Makna Bahasa Slogan Pada Bak Truk” didapat motif apa dengan bahasa slogan sebagai pesan suatu harapan, penolakan, pesan moral, representasi kehidupan, dan ekspresi diri.<sup>43</sup>

Demikian pula, skripsi yang dibuat oleh Muhamad Rizky sefriansyah pada tahun 2020 mengkaji slogan dengan judul

---

<sup>42</sup> Ayu Puji Rahayu, “Analisis Semantik Slogan-Slogan di Lingkungan Sekolah (Studi Kasus Di Mi Tarbiyatul Aulad Jombor, Kecamatan Tuntang, Kabupaten Semarang) Tahun 2017”, *Skripsi*, Jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Salatiga, 2017, xi.

<sup>43</sup> Abdur Rohim. “Makna Bahasa Slogan pada Bak Truk (Analisis Semiotika Model Roland Barthes)”. *Skripsi*, Jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017, ix.

“slogan dan chants bonek era kembalinya persebaya di kancah sepak bola nasional: Kajian semantik”. Dalam penelitian tersebut ditemukan makna penggunaan bahasa sebagai alat mengubah stigma. Slogan dan chants mewakili kalimat rasis menjadi kalimat penyemangat positif.<sup>44</sup>

Begitu pula pada jurnal Makna Slogan Satu Vespa Sejuta Saudara pada Komunitas Vespa Subang (Analisis Semiotika Slogan Satu Vespa Sejuta Saudara) yang di buat oleh Akhmad Basuni dan Tini Rohaetin pada 2019 memberi hasil slogan yang memiliki kekuatan sebagai teks yang enak dibaca dan ditulis sebagai bentuk komunikasi kelompok yang digunakan komunitas vespa Subang.<sup>45</sup>

Kemudian jurnal Analisis Frasa Pada Slogan Iklan Rokok Elektrik Berbahasa Jerman yang terbit tahun 2020 karya Adibah Hidayattullah memuat hasil konstruksi frasa pada kalimat slogan iklan rokok elektrik berbahasa Jerman mayoritas menggunakan frasa preposisi sebagai inti kemasam kalimat slogan.<sup>46</sup>

Dalam jurnal Analisis Gaya Bahasa Pada Slogan Kemasan Makanan Produk Jepang yang disusun oleh Laras Dian Mustika dan Luluk Ulfa Hasanah di tahun 2020 menghasilkan makna semantik dan gaya bahasa yang

---

<sup>44</sup> Muhamad Rizky Sefriansyah, “Slogan Dan Chants Bonek Era Kembalinya Persebaya Di Kancah Sepak Bola Nasional: Kajian Semantik”, *Skripsi*, Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga, 2020 v.

<sup>45</sup> Akhmad Basuni dan Tini Rohaetin. 2019. Makna Slogan Satu Vespa Sejuta Saudara pada Komunitas Vespa Subang (Analisis Semiotika Slogan Satu Vespa Sejuta Saudara). *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 1-17

<sup>46</sup> Adibah Hidayattullah. 2020. Analisis Frasa Pada Slogan Iklan Rokok Elektrik Berbahasa Jerman. Vol. 9. No. 1

terdapat pada slogan kemasan makanan produk jepang dibedakan atas empat gaya bahasa, yaitu gaya bahasa hiperbola, personifikasi, paralelisme, dan preterito.<sup>47</sup>

Berikut resume berbagai penelitian terkait tersebut :

Tabel 2.2  
Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama Peneliti	Judul Skripsi	Kesimpulan	Perbedaan dengan Penelitian ini
1	Ayu Puji Rahayu	Analisis Semantik Slogan-Slogan di Lingkungan Sekolah (Studi Kasus Di Mi Tarbiyatul Aulad Jombor, Kecamatan Tuntang, Kabupaten	(1) Slogan pendidikan mengandung makna berkaitan dengan dunia pendidikan. Sedangkan slogan motivasi/nasehat	Metode penelitian

<sup>47</sup> Laras Dian Mustika & Luluk Ulfa Hasanah. 2020. Analisis Gaya Bahasa Pada Slogan Kemasan Makanan Produk Jepang. Vol. 2. No. 1.

		Semarang) Tahun 2017	mengandung makna imbauan, dan motivasi. (2) Makna semantik leksikal terbentuk dari kata dasar. sedang slogan yang mengandung makna semantik kontekstual berbentuk konteks situasi	
2	Abdur Rohim	Makna Bahasa Slogan pada Bak Truk (Analisis Semiotika Model Roland Barthes)	Bahasa dalam slogan sebagai pesan suatu harapan, penolakan, pesan moral, representasi kehidupan, dan ekspresi diri	Pendekatan semiotika
3	Muhamad Rizky Sefriansy	Slogan Dan Chants Bonek Era Kembalinya	Penggunaan bahasa sebagai alat mengubah	Metode penelitian

	ah	Persebaya Di Kancah Sepak Bola Nasional: Kajian Semantik	stigma. Slogan dan chants mewakili kalimat rasis menjadi kalimat penyemangat positif	
4	Akhmad Basuni dan Tini Rohaetin	Makna Slogan Satu Vespa Sejuta Saudara pada Komunitas Vespa Subang (Analisis Semiotika Slogan Satu Vespa Sejuta Saudara)	Slogan yang memiliki kekuatan sebagai teks yang enak dibaca dan ditulis sebagai bentuk komunikasi kelompok yang digunakan komunitas vespa Subang	Metode penelitian
5	Adibah Hidayattu llah	Analisis Frasa Pada Slogan Iklan Rokok Elektrik Berbahasa Jerman	Konstruksi frasa pada kalimat slogan iklan rokok elektrik berbahasa Jerman mayoritas	Pendekat an semiotika

			menggunakan frasa preposisi sebagai inti kemasan kalimat slogan	
6	Laras Dian Mustika dan Luluk Ulfa Hasanah	Analisis Gaya Bahasa Pada Slogan Kemasan Makanan Produk Jepang	Makna semantik dan gaya bahasa yang terdapat pada slogan kemasan makanan produk jepang dibedakan atas empat gaya bahasa, yaitu gaya bahasa hiperbola, personifikasi, paralelisme, dan preterito	Pendekatan semiotika

Dari pemaparan tersebut, bermakna dalam konstruksi teks media berupa slogan yang simple mengenai guna kebutuhan iklan atau poster sebagai penglaris sebuah produk namun dapat dikembangkan meluas sebagai inovasi dalam metode berdakwah pada sesama apalagi pada masa pandemi Covid-19 yang mengharuskan segala aktivitas dibatasi. Analisis CS. Peirce sendiri dipilih sebab memudahkan peneliti mengkaji

dengan berbagai sudut pandang yang sesuai dengan konseptual pengetahuan peneliti. Dengan demikian, tanda berupa gambar hingga teks dari slogan terkait pernikahan ideal yang mana isinya dibuat oleh komunikator yang diperankan Kemenag RI dapat tersalurkan melalui makna yang tafsir dalam penelitian ini sehingga tersampaikan mempengaruhi komunikasi yaitu masyarakat Indonesia sendiri dalam menaati hukum tatanan yang ada.

### **E. Kerangka Berpikir Penelitian**

Teori semiotika Peirce sebagai sebuah “*Grand Theory*” sebab intinya bersifat menyeluruh, mendeskripsikan struktural seluruh penandaan.<sup>48</sup> Metode semiotika CS. Peirce yang digunakan untuk menganalisis teks media berupa slogan guna menemukan makna terkait pernikahan ideal. Dalam penelitian ini peneliti perlu menetapkan paradigma terlebih dahulu sebelum melakukan dan merancang penelitian dalam bidang sosial. Karna berbeda dengan bidang ilmu eksak atau pengetahuan alam, penelitian dalam bidang ilmu pengetahuan sosial bersifat relatif sebab tidak dapat dilihat dari satu sudut pandang.

Dari berbagai paradigma yang ada, yang sesuai dengan penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme. Dengan pendekatan kualitatif yang juga peneliti pakai, kualitatif dalam epistemologi kajian teori konstruktivis digunakan untuk mendeskripsikan pengkonstruksian makna oleh individu.<sup>49</sup>

---

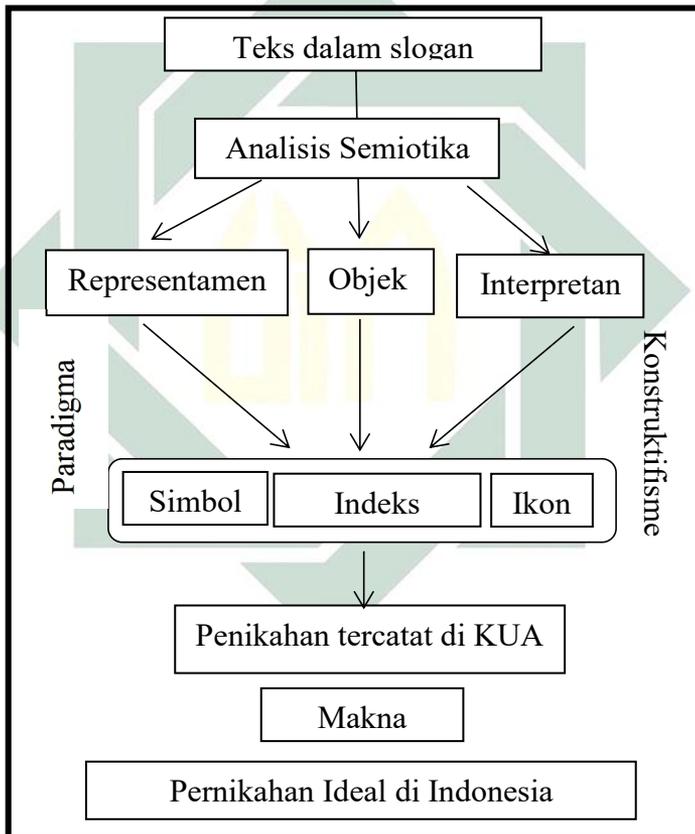
<sup>48</sup> Indiwani SetoWahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi*, (Jakarta; Mitra Wacana Media, 2011), 13.

<sup>49</sup> Dedy N. Hidayat. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. (Jakarta : Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia, 2003), 57.

Berikut, kerangka teori untuk penelitian ini yang dapat diskemakan dari bantuan keterangan diatas :

Tabel 2.3

Kerangka Teoretik Skripsi Pernikahan Ideal  
dalam Konstruksi Media Slogan Kemenag RI



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian analisis teks media. yang di dalamnya menjelaskan mengenai berbagai masalah komunikasi hingga efek komunikasi.<sup>50</sup> Analisis teks media dipilih sebab berfokus pada mengkritisi dan membongkar ideologi dibalik produk media yang dipilih peneliti berupa slogan.

Pendekatan yang diambil adalah pendekatan kualitatif dengan semiotika Charles Sanders Peirce sebagai metode analisisnya. Metode analisis ini memakai segala konsepsi pikiran peneliti kemudian diterjemahkan dalam bahasa yang lazim. Hal ini dilakukan supaya peneliti dapat dengan mudah menautkan gagasan dan ide tentang suatu hal abstrak yang terkonsep di kepala sebagai tanda tersebut.

Analisis komunikasi yang digunakan ini agar tak hanya melihat gaya bahasa, tanda dapat dikaji secara luas dan dinamis secara filsafat lewat berbagai sudut pandang sehingga dirasa cocok bagi peneliti dalam meneliti teks media berupa slogan dengan berbagai sudut pandang bidang keilmuan sesuai konseptual yang peneliti miliki dan tak lupa tetap berpegang pada teori.

---

<sup>50</sup> Eriyanto, Analisis Isi : Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, (Jakarta : Kencana, 2015), 33

## B. Tahap Penelitian

Mulanya, dokumentasi pengumpulan berbagai sumber. Terdapat 4 buah slogan yang dipilih secara random dengan sumber Kemenag RI sebagai sample penelitian. Tahap kedua, melakukan analisis semiotik atas tulisan dan simbol huruf pada slogan dengan menghubungkan pada berbagai sumber teori terkait. Untuk observasinya, peneliti akan menggunakan pendekatan semiotik triadik dari Charles Sander Peirce, yaitu representant, objek, dan interpretant. Tahap ketiga, pendekatan semiotik digunakan untuk mencermati tanda visual dalam slogan yang terkait dengan pernikahan ideal. Tahap keempat, peneliti menggunakan pendekatan interpretasi sesuai literatur pustaka agar makna kontekstualitasnya tercapai. Langkah interpretasi adalah  $X = Y$ . X merupakan sesuatu yang ada secara material, dan Y merupakan makna dengan seluruh dimensinya (pribadi, sosial, dan lain sebagainya).<sup>51</sup>

## C. Unit Analisis

Subjek dalam penelitian ini adalah 4 buah slogan Kemenag RI, dimana tanda dalam 4 buah slogan Kemenag RI sebagai objeknya. Dengan unit analisis berupa 4 buah slogan Kemenag RI sebagai sampel. Sedangkan tanda yang akan menjadi fokus pengamatan berupa tulisan yang terdiri dari kata-kata dan simbol huruf.

Berikut adalah 4 gambar slogan yang dibuat Kemenag RI dan dipilih peneliti sebagai objek kajian :

---

<sup>51</sup> Benny Hoed. *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya, Ferdinand de Saussure, Roland Barthes, Julia Kristeva, Jacques Derrida, Charles Sander Peirce, Marcel Danesi dan Paul Perron*. (Jakarta: Komunitas Bambu, 2007), 34-56.

Gambar 3.1  
Slogan Kesatu



Gambar 3.2  
Slogan Kedua

**PASTIKAN  
NIKAH ANDA  
TERCATAT  
DI KUA**

**Nikah di KUA Gratis**  
Diluar KUA Bayar 600 ribu rupiah. Disetor langsung ke Bank  
(Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 2015)

**Kotak Aduan Gratifikasi Nikah**  
PO BOX 37 33 JKP 10037  
simkah.kemenag.go.id/dumaskua

**KANTOR URUSAN AGAMA  
KECAMATAN SAMPANG**  
Jl. Tugu Barat No. 104 Sampang Cilacap

Gambar 3.3  
Slogan Ketiga



#AyoNikah

**“Nikah itu yang penting SAH bukan WAH ”**

Tarif Nikah: GRATIS di KUA dan Rp 600 Ribu di Luar KUA  
PP Nomor 48 Tahun 2014

 [www.kemenag.go.id](http://www.kemenag.go.id)   Kementerian Agama RI   @Kemenag\_RI

Gambar 3.4  
Slogan Keempat



#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Jenis penelitian ini adalah analisis teks media yang bersifat kualitatif. Kualitatif terpilih sebagai prosedur penelitian karena dapat menghasilkan gambaran data lewat kata-kata tertulis maupun dari argumen dan perilaku yang dapat diamati.

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini berbentuk teks yang terkandung dalam tanda yang bersumber dari tulisan pada 4 buah slogan yang dibuat Kemenag RI. Kemudian data sekundernya didapatkan dari kajian literasi pustaka yang ditelaah sesuai dengan kebutuhan penelitian.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Sample terpilih adalah 4 buah slogan yang dibuat oleh Kemenag RI dengan teknik random sampling sebagai pengambilan data. Dimana peneliti memulainya dengan mengumpulkan seluruh data menggunakan teknik dokumentasi, kemudian melakukan observasi dengan analisis semiotik pada teks media pada foto dari 4 buah slogan yang dibuat oleh Kemenag RI tersebut. Setelah didapat hasil observasi, selanjutnya dikumpulkan dan dikaitkan dengan literasi kepustakaan guna memperoleh keterangan secara teoritik untuk menelaah fenomena pernikahan ideal dalam konstruksi media slogan tersebut.

## **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data menggunakan analisis semiotik Charles Sanders Peirce. Dalam semiotika komunikasi yang dikembangkan oleh Peirce ini mengacu pada analisis yang lebih menekankan pada teori produksi tanda. Penjabaran tanda dalam komunikasi untuk menganalisis teks media slogan ini meliputi pengirim kode atau komunikator diperankan oleh Kemenang RI, topik pesan yang dipilih adalah pernikahan ideal, pesan yang dibuat mengharuskan pencatatan pernikahan di KUA, saluran komunikasi dakwah Kemenag RI dalam penyampaian pesan tersebut tertuang dalam teks pada slogan, dan penerima kode atau komunikan sebagai sasaran dakwah Kemenag RI adalah masyarakat Indonesia.

### **1. Semiotika CS. Peirce**

Istilah yang digunakan untuk mempelajari tentang tanda disebut semiotika, dan ada pula yang menyebutnya semiologi. Perbedaan istilah itu, kata Masinambow, menunjukkan perbedaan orientasi. Semiologi merupakan istilah serapan dari tradisi Eropa yang dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure. Lalu istilah semiotika berasal dari tradisi Amerika yang dipengaruhi oleh Charles Sanders Peirce. Jadi, walau kedua istilah tersebut mengandung pengertian yang sama, namun penggunaannya mengikuti alur pemikiran pemakainya.

Mereka yang setuju dengan Peirce menggunakan kata semiotika, sedang mereka yang memihak Saussure menggunakan kata semiologi. Tommy Christomy dalam kutipan Sobur, menyebutkan istilah semiotika lebih populer penggunaannya. Setelah itu, sesuai resolusi komite Internasional di Paris bulan Januari 1969, keputusan menggunakan istilah semiotika ditetapkan. Pilihan ini dikukuhkan pada tahun 1974 dalam kongres pertama

Association for Semiotics Studies. Dengan begitu semiotika resmi menjadi sinonim dari semiologi.

Menurut Roland Barthes, semiotika mempelajari bagaimana manusia memaknai segala hal. Memaknai dalam hal ini berbeda dengan mengkomunikasikan. Jakobson dalam Laffont juga memaparkan bahwa semiotika berusaha menemukan general dari segala sistem tanda dengan hubungan dan ciri khasnya.

Bagi Saussure, semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang tanda di tengah-tengah kehidupan sosial dimana makna apa itu tanda dan bagaimana aturan-aturannya. Sedangkan Charles Sanders Peirce dan Little John mendefinisikan semiotika merupakan hubungan antara tanda, objek, dan makna. Ilmiahnya, semiotika adalah suatu cabang ilmu untuk menganalisis tanda sehingga manusia dapat memaknai segala yang terdapat disekitarnya.

Tersimpulkan terlepas dari semua, Semiotika menjadi salah satu metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda sebagai segala sesuatu yang kita gunakan dalam upaya mencari makna dari manusia dan alam sekitarnya. Pesan verbal dan non verbal sebagai contoh bentuk tanda.

## **2. Perangkat Analisis Semiotik CS. Peirce**

Dalam semiotika komunikasi yang dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce sebagai acuan analisis yang lebih menekankan pada teori produksi tanda. Peirce menjabarkan tanda dalam komunikasi menjadi enam faktor, yaitu pengirim kode, topik pesan, pesan, saluran komunikasi, dan penerima kode.

Peirce berprinsip bahwa sifat tanda didasari oleh sifat representatif dan interpretatif. Sifat representatif tanda

mengartikan sesuatu yang lain. Sedangkan sifat interpretatif tanda memberi peluang bagi pernafsiran tergantung pada individualis si komunikan.

Semiotika mengkaji tentang tiga hal dimulai dari tanda itu sendiri. Cara tanda dalam menyampaikan makna yang berbeda dan bagaimana tanda terhubung pada manusia yang menggunakannya. Kemudian sistem atau kode yang dikembangkan bekerja tergantung pada penggunaannya.<sup>52</sup>

Tanda melalui ikatan konvensionalnya dengan objek menuntutnya memiliki hubungan sebab akibat. Analisis semiotika biasanya diterapkan sebagai review media komunikasi terutama media visual, seperti teks naratif, novel fiksi, puisi, kartun, iklan, slogan, poster, fotografi hingga film.

Tiga elemen utama tanda yang dikembangkan oleh Peirce adalah representmen, interpretan dan objek. Hubungan ketiga elemen utama tanda tersebut digambarkan Peirce sebagai berikut:<sup>53</sup>

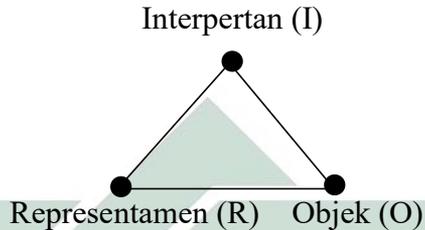
---

<sup>52</sup> John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2012), 66.

<sup>53</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006), 265.

Gambar 3.5

## Model Triangle Makna Peirce



Representamen atau ground ialah sesuatu yang dibuat untuk memfungsikan tanda. Efek penanda berasal dari konsep mental terhasikan melalui tanda dan pengalaman pengguna terhadap objek yang disebut interpretan. Kemudian objek menjadi suatu tanda setelah melewati proses pemaknaan yang dilakukan oleh interpretan.

Berdasarkan kategorialnya, Peirce mengklasifikasikan tanda sebagai berikut :

1. *Firstness* adalah kategori bebas dan langsung. Sesuatu dilihat sebagaimana adanya dan tidak berkaitan dengan apapun. Qualisign adalah bagian pertama tanda, ikon bagian kedua tanda dan rhema menjadi bagian ketiga tanda.
2. *Secondness*, adalah kategori perbandingan atau relasi antar qualisign dan ikon yang dikaitkan dengan realitas, tindakan dan pengalaman antara ruang dan waktu.
3. *Thirdness*, adalah hubungan antara ikon dan rhema. Kategori ini menjelaskan komunikasi atau semiosis dengan tanda-tanda.

Tiga golongan tanda atau trikotomi, dapat menjawab bagaimana hubungan tanda dengan dirinya, objeknya dan hubungannya dengan implikasi objek terhadap interpretan.

Dengan begitu Peirce mengklasifikasikan tanda menjadi qualisign, sinsign, dan legisign, dengan pengertian sebagai berikut :

1. *Qualisign* adalah kualitas yang ada pada tanda. Contohnya suara bernada rendah bergetar yang menandakan orang itu ketakutan atau menyembunyikan sesuatu.

2. *Sinsign* adalah tanda merupakan dasar tampilan pada kenyataan. Seperti individu mendeteksi individu lain secara spontan. Contohnya kita dapat mengenali dengan hanya mendengar suaranya.

3. *Legisign* adalah tanda atas dasar suatu aturan yang berlaku umum atau konvensi. Contohnya melambaikan tangan tanda menyapa.

Berdasarkan objeknya, Peirce membagi tanda atas :

1. Ikon, adalah tanda yang menjadi ciri khas untuk menggambarkan suatu objek. Contohnya sebuah merek dagang suatu produk.

2. Indeks, adalah tanda yang dihubungkan secara eksistensial pada objek, dan perlu dipikirkan sebab akibatnya antara dua objek tersebut.

3. Simbol, adalah tanda dengan objek berdasarkan aturan umum Contohnya simbol silang dalam perhitungan angka berarti perkalian.

Menurut Peirce, terdapat tiga hal terkait tanda melalui interpretannya :

1. *Rheme* adalah tanda tertafsirkan dengan pilihan yang mudah. Tanda mungkin merupakan interpretasi terkait representasi dari denotatum. Contohnya wajah seseorang memerah, bisa karena menahan amarah, habis menangis, atau kecapekan habis berlari.

2. *Dicentsign* adalah tanda yang diinterpretasikan sesuai dengan realitasnya. Contohnya tulisan wanita di pintu masuk toilet umum menandakan toilet itu digunakan khusus wanita.

3. *Argumen* adalah tanda yang langsung memberikan alasan tentang sesuatu. Contohnya kita mengomentari keserasian baju yang dipakai seseorang tanpa orang tersebut meminta pendapat kita.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> Ratmanto, *Mediator*, Jurnal komunikasi, Vol. 5, No.1, 2014, 33.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Umum Slogan Kemenag RI

Sesuai dengan subyek penelitian ini, yaitu menganalisis pesan slogan yang dipublikasikan oleh Kantor Urusan Agama, maka uraian berikut mendeskripsikan secara singkat slogan yang dimaksud :

##### 1. Slogan I

Gambar 4.1

Slogan Pertama



Slogan bertulis @Kemenag\_RI “Mobil aja ada suratnya, masa’ nikah nggak?” #AyoKeKua merupakan slogan yang dikeluarkan oleh pusat Kementerian Agama Republik Indonesia. Slogan tersebut merupakan salah satu upaya

kementerian agama Republik Indonesia menghimbau kepada seluruh masyarakat Indonesia supaya melakukan pernikahan yang tercatat di KUA dengan cara membuat slogan tersebut tertempel dan tertulis jelas di bagian belakang mobil dinas kementerian agama Republik Indonesia.

## 2. Slogan II

Gambar 4.2

### Slogan Kedua



Slogan kedua ini merupakan slogan dalam poster KUA Sampang bertulis “Pastikan Nikah Anda Tercatat di KUA. Nikah di KUA gratis. Diluar KUA Bayar 600 ribu rupiah. Disetor langsung ke Bank (Peraturan Pemerintah No.19 Tahun 2015)” dengan gambar foto gerbang kecamatan Sampang dan pelaminan KUA Sampang. Slogan ini berbentuk konten postcard berupa poster yang diposting di laman website [simkah.kemenag.go.id/dumaskua](http://simkah.kemenag.go.id/dumaskua).

### 3. Slogan III

Gambar 4.3  
Slogan Ketiga



Slogan di atas adalah salah satu slogan yang diposting dalam instagram Kementerian agama Republik Indonesia. Slogan bergambar dua kartun pengantin memakai baju pengantin sederhana dengan slogan “Nikah itu yang penting SAH bukan WAH”. Himpauan untuk segera menikah sebab tarif nikah di KUA gratis dan sewa penghulu nikah diluar KUA tinggal bayar 600 ribu sesuai PP Nomor 48 Tahun 2014.

#### 4. Slogan IV

Gambar 4.4

Slogan Keempat



Slogan ini merupakan slogan yang diposting di akun Ditjen Bimbingan Masyarakat Islam RI yaitu program layanan untuk masyarakat Indonesia khususnya yang beragama Islam. Layanan yang disediakan tentang pernikahan mulai dari pendaftaran online pernikahan di KUA hingga bimbingan pra dan pasca menikah. slogan ber-background dua tangan saling bertaut dengan slogan “Say NO! To NIKAH SIRI”. Tipografi dibawahnya yakni “Merusak Sistem Hukum & Sosial Keluarga” merupakan informasi singkat tentang dampak pernikahan siri yang diinfokan pada masyarakat maka dari itu “Pastikan Nikah Anda tercatat di KUA” sesuai dengan tulisan anjuran dalam slogan tersebut.

## B. Penyajian Data

### 1. Kategori tanda pada Slogan I

Tabel 4.1.1

Identifikasi tanda pada Slogan Pertama



OBJEK	Warna	Ilustrasi	Tipografi
<b>Ikona</b>	-	Mobil berslogan	1. @Kemenag_RI 2. Slogan “MOBIL AJA ADA SURATNYA , MASA’

			<p>NIKAH ENGGAK ?”</p> <p>3. #AyoKeKua</p>
<b>Indeks</b>	<p>Warna hitam pada warna background berpadu padu warna putih pada font tipografi atau sebaliknya</p>	<p>Mobil dengan slogan</p> <p>“MOBIL AJA ADA SURATNYA , MASA’ NIKAH ENGGAK ?”</p>	<p>1. -</p> <p>2. -</p> <p>3. -</p>
<b>Simbol</b>	<p>1. Warna hitam</p> <p>2. Warna putih</p>	<p>1. Wujud mobil</p> <p>2. Lingkaran</p>	<p>1. Simbol dot</p> <p>2. Simbol hastag</p>

## 2. Kategori tanda pada Slogan II

Tabel 4.1.2

Identifikasi tanda pada Slogan Kedua

OBJEK	Warna	Ilustrasi	Tipografi
<b>Ikon</b>	Warna hijau background sesuai dengan warna logo Kemenag RI	1. Gambar gerbang masuk kecamatan Sampang  2. Gambar pelaminan KUA Sampang	1. Slogan “Pastikan Nikah Anda Tercatat di KUA”  2. Nikah di KUA gratis. Diluar KUA Bayar 600

		<p>3. Gambar sepasang buku nikah merah dan hijau</p> <p>4. Gambar sepasang cincin emas</p> <p>5. Gambar amplop dan pena</p> <p>6. Logo Kemenag RI</p>	<p>ribu rupiah. Disetor langsung ke Bank (Peraturan Pemerintah No.19 Tahun 2015)</p> <p>3. Kotak Aduan Gratifikasi Nikah PO BOX 37 33 JKP 10037 simkah.kemenag.go.id/du maskua</p> <p>4. KANTOR URUSAN AGAMA KECAMATAN SAMPANG Jl. Tugu Barat No.104 Sampang Cilacap</p>
<b>Indeks</b>	-	<p>1. Gambar gerbang masuk</p>	<p>1. -</p> <p>2. Nikah di</p>

		<p>kecamatan Sampang</p> <p>2. -</p> <p>3. Gambar sepasang buku nikah merah dan hijau</p> <p>4. -</p> <p>5. Gambar surat dan pena</p> <p>6. -</p>	<p>KUA gratis. Diluar KUA Bayar 600 ribu rupiah. Disetor langsung ke Bank</p> <p>3. -</p> <p>4. Kantor Urusan Agama Kecamatan Sampang indeksnya berlokasi di jalan Tugu Barat No.104 Sampang Cilacap</p>
<b>Simbol</b>	Hijau	<p>1. Gambar gerbang masuk kecamatan Sampang</p> <p>2. Gambar pelaminan KUA Sampang</p>	<p>1. Slogan “Pastikan Nikah Anda Tercatat di KUA”</p> <p>2. Nikah di KUA gratis. Diluar KUA Bayar 600 ribu rupiah.</p>

		<p>3. Gambar sepasang buku nikah merah dan hijau simbol sepasang surat kepemilikan legal pernikahan antara suami dan istri</p> <p>4. Gambar sepasang cincin emas</p> <p>5. Gambar amplop dan pena</p> <p>6. Logo Kemenag RI</p>	<p>Disetor langsung ke Bank (Peraturan Pemerintah No.19 Tahun 2015)</p> <p>3. Kotak Aduan Gratifikasi Nikah PO BOX 37 33 JKP 10037 <a href="http://simkah.kemenag.go.id/dumaskua">simkah.kemenag.go.id/dumaskua</a></p> <p>4. KANTOR URUSAN AGAMA KECAMATAN SAMPANG Jl. Tugu Barat No.104 Sampang Cilacap</p>
--	--	---	---

### 3. Kategori tanda pada Slogan III

Tabel 4.1.3

Identifikasi tanda pada Slogan Ketiga



OBJEK	Warna	Ilustrasi	Tipografi
Ikon	Dominasi warna hijau sebagai background sesuai dengan logo Kemenag RI	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gambar kartun sepasang pengantin tertawa kegirangan dengan setelan baju pengantin sederhana</li> <li>2. Gambar kartun kursi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. #AyoNikah</li> <li>2. Slogan “Nikah itu yang penting SAH bukan WAH”</li> <li>3. Tarif nikah: GRATIS di KUA dan Rp. 600 ribu di</li> </ol>

		<p>taman kayu</p> <p>3. Gambar kartun pepohonan berbunga</p> <p>4. Gambar kartun bukit - bukit hijau</p> <p>5. Gambar kartun palang petunjuk jalan dengan tulisan "KUA"</p> <p>6. Gambar kartun langit biru dengan awan putih kecil dan matahari</p> <p>7. Logo Kemenag RI</p> <p>8. Gambar ikon Youtube dan Facebook Kementerian Agama RI</p> <p>9. Gambar ikon Twitter</p>	<p>Luar KUA PP Nomer 48 Tahun 2014</p> <p>4. <a href="http://www.kemenag.go.id">www.kemenag.go.id</a></p>
--	--	--	---

		dan Instagram @Kemenag_RI	
<b>Indeks</b>	-	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sepasang pengantin baru ekspresi yang ditunjukkan gembira</li> <li>2. -</li> <li>3. Pohon berbunga</li> <li>4. -</li> <li>5. Gambar kartun palang petunjuk jalan bertulis "KUA"</li> <li>6. Gambar kartun langit biru dengan awan putih kecil dan matahari</li> <li>7. -</li> <li>8. -</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. -</li> <li>2. -</li> <li>3. nikah di KUA gratis dan bayar Rp. 600 ribu di luar KUA</li> <li>4. -</li> </ol>

		9. -	
<b>Simbol</b>	Hijau	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gambar kartun sepasang pengantin tertawa kegirangan dengan setelan baju pengantin sederhana</li> <li>2. Gambar kartun kursi taman kayu</li> <li>3. Gambar kartun pepohonan berbunga</li> <li>4. Gambar kartun bukit - bukit hijau</li> <li>5. Gambar kartun palang petunjuk jalan dengan tulisan "KUA"</li> <li>6. Gambar kartun langit</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Simbol Hastag #AyoNikah</li> <li>2. Slogan "Nikah itu yang penting SAH bukan WAH"</li> <li>3. Tarif nikah: GRATIS di KUA dan Rp. 600 ribu di Luar KUA PP Nomer 48 Tahun 2014</li> <li>4. <a href="http://www.kem enag.go.id">www.kem enag.go.id</a></li> </ol>

		<p>biru dengan awan putih kecil dan matahari</p> <p>7. Logo Kemenag RI</p> <p>8. Gambar ikon Youtube Kementerian Agama RI</p> <p>9. Gambar ikon Facebook Kementerian Agama RI</p> <p>10. Gambar ikon Twitter @Kemenag_RI</p> <p>11. Gambar ikon Instagram @Kemenag_RI</p>	
--	--	---	--

#### 4. Kategori tanda pada Slogan IV

Tabel 4.1.4

Identifikasi tanda pada Slogan Keempat



OBJEK	Warna	Ilustrasi	Tipografi
Ikon	-	<ol style="list-style-type: none"> <li>Gambar background sepasang tangan suami istri saling berpegangan</li> <li>Gambar ikon situs web</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Slogan “Say NO! to NIKAH SIRI”</li> <li>Merusak Sistem Hukum &amp; Sosial Keluarga</li> </ol>

		<p>bimasislam.k emenag.go.id</p> <p>3. Gambar ikon Facebook Ditjen Bimbingan Masyarakat Islam RI</p> <p>4. Gambar ikon twitter @bimasislam</p>	<p>3. Pastikan Nikah Anda Dicatatkan di KUA</p>
<b>Indeks</b>		<p>1. Gambar background dua pasang tangan saling berpegangan indeks dari slogan “Say NO! to NIKAH SIRI”</p> <p>2. -</p> <p>3. -</p> <p>4. -</p>	<p>1. Slogan “Say NO! to NIKAH SIRI” indeks agar tulisan “Merusak Sistem Hukum &amp; Sosial Keluarga”</p> <p>2. Merusak Sistem Hukum &amp; Sosial Keluarga adalah indeks dari nikah siri</p> <p>3. Tidak</p>

			ditemukan
<b>Simbol</b>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gambar background sepasang tangan suami istri saling berpegangan</li> <li>2. Gambar ikon situs web <a href="http://bimasislam.kemenag.go.id">bimasislam.kemenag.go.id</a></li> <li>3. Gambar ikon Facebook Ditjen Bimbingan Masyarakat Islam RI</li> <li>5. Gambar ikon twitter <a href="https://twitter.com/bimasislam">@bimasislam</a></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tulisan “Say NO! to NIKAH SIRI”</li> <li>2. Tulisan “Merusak Sistem Hukum &amp; Sosial Keluarga”</li> <li>4. Tulisan “Pastikan Nikah Anda Dicatatkan di KUA”</li> </ol>

### C. Analisis Data dan Pembahasan

#### (1) Konstruksi Pernikahan Ideal dalam Slogan Kemenag RI

Untuk mengkonstruksi pernikahan ideal dalam 4 buah sampel slogan Kemenag RI, peneliti menggunakan

perangkat analisis Berger dan Luckman melalui konsep dialektika eksternalisasi, objektifitas, dan internalisasi.

<sup>55</sup>Berikut konstruksi pada keempat slogan tersebut :

Tabel 4.2

Konstruksi Pernikahan Ideal dalam Slogan Kemenag RI

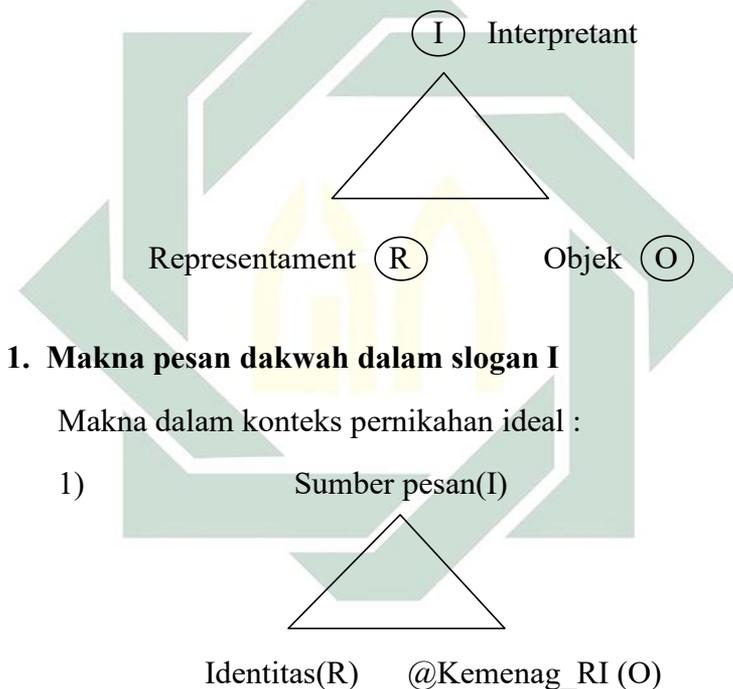
Tahap	Proses	Fenomena
Eksternalisasi	Kementerian Agama RI pusat menyesuaikan dengan dunia sosial kultural	Layanan KUA hingga Ditjen Bimbingan Masyarakat Islam dibawah perintah Kementerian Agama RI pusat memanfaatkan slogan sebagai media informasi masa kini dan memodifikasinya sebagai inovasi media dakwah.
Objektivikasi	Interaksi dengan dunia sosial kultural	Slogan menjadi media dakwah penyadaran bahwa nikah yang sah adalah nikah yang tercatat resmi di KUA dengan dibuktikan dengan buku nikah. Penyadaran nikah ideal ini sesuai dengan ajaran Islam yang menjadi pesan dakwah bahwa pelaksanaan perkawinan sebagai warga negara disamping menjadi

<sup>55</sup> LP. Berger dan T. Luckman, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan*.....41.

		<p>tanggung jawab pribadi umat Islam, juga menjadi tanggung jawab pemerintah untuk ikut mengawasinya. Dengan demikian, menikah wajib dicatatkan di KUA sebagai pernikahan ideal yang sah di mata hukum dan agama.</p>
Internalisasi	Identifikasi dengan dunia sosial kultural	<p>Tersosialisasikan aturan pemerintah terkait pernikahan di masyarakat hingga terbentuk berbagai macam pernikahan yakni nikah <i>mut'ah</i>, nikah <i>muhallil</i>, nikah <i>sirri</i> atau nikah yang tidak dicatatkan di KUA, nikah kontrak, poliandri, poligami, isogami, esogami, monogami, dan kawin paksa. Apapun bentuk pernikahan, yang dianggap sah bagi masyarakat Islam di Indonesia di mata hukum dan agama adalah pernikahan yang sesuai dengan syariat Islam dengan kelengkapan pemenuhan persyaratan dan pencatatan di KUA.</p>

## (2) Analisis Makna Slogan

Analisis data penelitian ini diawali dengan langkah pertama yaitu proses signifikasi melalui segitiga makna. Langkah ini dilakukan dengan cara tanda yang sudah ditemukan melalui identifikasi dimasukkan dalam segitiga makna. Hasil langkah ini adalah sebagai berikut. Langkah pemaknaan sebagai berikut :<sup>56</sup>



### 1. Makna pesan dakwah dalam slogan I

Makna dalam konteks pernikahan ideal :

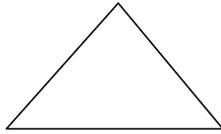
1) Sumber pesan(I)

Identitas(R) @Kemenag\_RI (O)

Tanda berupa @Kemenag\_RI mengandung makna identitas sumber pesan atau pembuat slogan adalah Kemenag RI

<sup>56</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*.....265.

## 2) Syarat nikah (I)

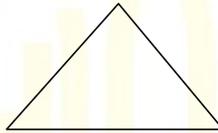


Buku Nikah(R)

“MOBIL AJA ADA SURATNYA, MASA’ NIKAH NGGAK ?” (O)

Tanda tipografi “MOBIL AJA ADA SURATNYA, MASA’ NIKAH NGGAK ?” bermakna pernikahan idealnya dilakukan secara resmi dan tercatat menurut syarat perundangan yang berlaku dan diwujudkan dalam bentuk surat atau buku nikah.

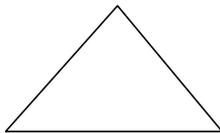
## 3) Lembaga resmi pernikahan (I)



Ajakan menikah harus ke KUA (R) #AyoKeKua (O)

Tanda tipografi #AyoKeKua bermakna sebuah ajakan atau himbuan menikah harus ke lembaga resmi pernikahan yakni KUA

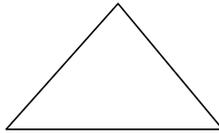
## 4) Persatuan (I)



Sebuah ikatan kokoh (R) Gambar lingkaran (O)

Tanda gambar lingkaran bermakna pernikahan itu merupakan sebuah ikatan kokoh yang mempersatukan antara suami dan istri.

## 5) Taat Peraturan(I)



Tegas dalam peraturan (R)    Warna Hitam (O)

Tanda warna hitam bermakna ketegasan dalam paksaan menjalankan peraturan nikah harus ada suratnya.

## 6) Niat Suci dan Bersih (I)



Bersih, suci (R)    Warna putih (O)

Tanda warna putih adalah kesucian dalam ketulusan menjalankan kewajiban menikah harus ada suratnya.

Tabel 4.3.1

Analisis Triadik Semiotika Peirce Slogan I

No.	Objek	Representament	Interpretant
1.	Tipografi @Kemenang_RI	Simbol dot menunjukkan pesan berasal dari akun media sosial Kementerian Agama Republik Indonesia	Identitas komunikator
2	Tipografi "MOBIL AJA	Slogan tersebut beserta tanda petik	Surat nikah harus diurus

	ADA SURATNYA, MASA' NIKAH NGGAK ?”	menjadi simbol kritik berupa sindirian mobil aja perlu surat legal kepemilikan mengapa kita sebagai manusia menikah tidak memiliki surat legal kepemilikan dan tanda tanya di akhir kalimat sebagai sebuah persoalan yang harus dijawab, sedangkan size tulisan huruf besar kapital sebagai penegasan isi slogan	
3	Tipografi #AyoKeKua	Simbol hastag menunjukkan rujukan tulisan AyoKeKua, dan tulisan tersebut merupakan himbauan atau ajakan bahwa menikah harus tercatat di Kua	Himbau menikah ke KUA
4	Gambar lingkaran	Sebuah ikatan kokoh	Persatuan

5.	Warna Hitam	Paksaan menjalankan peraturan	Ketegasan
6.	Warna Putih	Ketulusan menjalankan kewajiban	Kesucian

Mobil dengan slogan “MOBIL AJA ADA SURATNYA, MASA’ NIKAH NGGAK ?” menunjukkan indeks antara wujud asli benda mobil dengan tulisan “MOBIL” sebagai ikon dan simbol berbentuk tulisan pada slogan. Wujud mobil tersebut mewakili simbol perbandingan sebuah kendaraan harus memiliki surat dan mengapa manusia menikah tidak memiliki surat.

Warna hitam yang mendominasi sebagai warna background berpadu dengan warna putih pada font tipografi atau sebaliknya menunjukkan indeks selalu ada hitam dan putih sebagai warna yang berlawanan. Warna hitam melambangkan ketegasan, paksaan dan tidak pandang bulu namun dapat berarti pelanggaran yang pantang dilanggar dan mengikat. Sedangkan warna putih melambangkan ketaatan, kesucian dan ketulusan dalam menjalankan kewajiban.<sup>57</sup>

Tanda petik pada kata “MASA’” menjadi simbol kritik berupa sindirian mobil aja perlu diurus surat legal kepemilikan agar tidak hilang dan menjadi sengketa, lalu mengapa kita sebagai manusia yang memiliki martabat tertinggi sebagai

---

<sup>57</sup> Dwi Wahyuningtyas & Arifah F. Hidayati, *Labirin Diri : Temukan Jalanmu Mengetahui Tentang Diri Sendiri*.....54

makhluk ciptaan Allah SWT menikah tidak memiliki surat legal kepemilikan. Tanda tanya di akhir kalimat “MASA’ NIKAH NGGAK ?” sebagai sebuah persoalan yang entah mengapa mengharuskan dijawab tiap individu yang melihat slogan tersebut. Size tulisan huruf besar kapital dipilih sebagai penegasan isi slogan tentang pernikahan ideal di Indonesia harus dicatatkan di KUA agar status mendapat kelegalan.

Simbol @ (dot) Kemenag\_RI menunjukkan pesan dalam slogan tersebut berasal dari Kementerian Agama Republik Indonesia melalui akun sosial media Kemenag\_RI. Sedang simbol # (hastag) menunjukkan rujukan tulisan AyoKeKua ialah penegasan bahwa tulisan tersebut merupakan himbauan atau penegasan pesan bahwa pernikahan ideal di Indonesia harus tercatat di KUA agar tidak hanya sah dimata agama namun juga diakui negara.

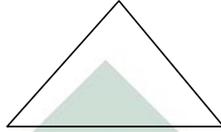
Pemilihan jok belakang mobil dengan karakteristik tulisan unik tersebut, dimaksud Kementerian Agama RI mengupayakan strategi agar imbauan tersebut menarik perhatian pengguna jalan raya dan dapat diterima serta ditaati oleh masyarakat Indonesia demi pentingnya sendiri yakni memanusiaikan manusia maka sebuah pernikahan harus dicatatkan di KUA. Bentuk lingkaran dipilih sebagai simbol dan ikon menunjukkan persatuan dan ikatan yang erat.

Melalui slogan ini pula, Kementerian agama RI menyampaikan pesan demi memanusiaikan manusia supaya status serta kepemilikan masing-masing pasangan yang menikah jelas dan tidak menimbulkan fitnah maka pernikahan harus dicatatkan di KUA agar mendapat bukti surat legal atas pernikahan mereka sebagai syarat utama pernikahan ideal di Indonesia yang tak hanya mengutamakan sah di mata agama.

## 2. Makna pesan dakwah dalam slogan II

Makna dalam konteks pernikahan ideal :

### 1) Gapura Kecamatan Sampang (I)

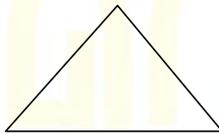


Penanda masuk wilayah  
Sampang (R)

Gambar gerbang masuk  
Kecamatan Sampang (O)

Tanda gambar gerbang masuk Kecamatan Sampang bermakna penanda masuk wilayah Kecamatan Sampang berupa Gapura Kecamatan Sampang

### 2) Pesta Pernikahan (I)

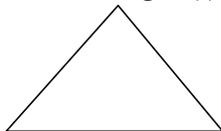


Pelaminan yang disediakan  
(R)

Gambar pelaminan KUA  
Sampang (O)

Makna gambar pelaminan KUA Sampang adalah pesta pernikahan dengan pelaminan yang disediakan KUA Sampang

### 3) Bukti legal (I)

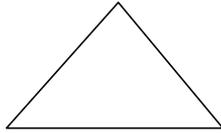


Bukti kepemilikan (R)

Gambar sepasang buku nikah (O)

Tanda gambar sepasang buku nikah bermakna bukti legal atau kepemilikan bila nikah di catatkan di KUA

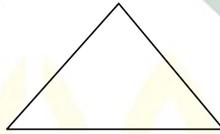
4) Kesetiaan (I)



Ikatan perkawinan (R) Gambar sepasang cincin emas (O)

Tanda gambar sepasang cincin emas bermakna kesetiaan ikatan perkawinan antara suami dan istri

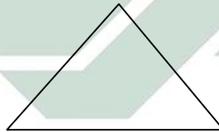
5) Ikon alamat POS & website (I)



Rujukan alamat kode POS & website (R) Gambar amplop & pena (O)

Tanda gambar amplop dan pena bermakna rujukan alamat kode POS dan website dumaskua

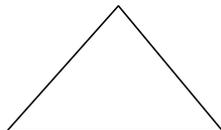
6) Identitas komunikator (I)



Pesan berasal (R) Logo Kemenag RI (O)

Tanda logo Kemenag RI bermakna identitas komunikator pada pesan berasal dari Kementerian Agama RI

7) Peringatan (I)



Keharusan mencatatkan pernikahan di KUA (R)      Tipografi “Pastikan Nikah Anda Tercatat di KUA” (O)

Tanda tipografi “Pastikan Nikah Anda Tercatat di KUA” bermakna peringatan keharusan mencatatkan pernikahan di KUA.

8)                      Alamat POS dan website Kemenag RI (I)

Mencari info selengkapnya atau bila ada gratifikasi dalam bentuk apapun bisa lapor dan complain ke alamat POS dan situs (R)      Tipografi “Kotak Aduan Gratifikasi Nikah PO BOX 37 33 JKP 10037 simkah.kemenag.go.id/dumaskua” (O)

Tanda tipografi “Kotak Aduan Gratifikasi Nikah PO BOX 37 33 JKP 10037 simkah.kemenag.go.id/dumaskua” bermakna mencari info selengkapnya atau bila ada gratifikasi dalam bentuk apapun bisa lapor dan complain pada alamat POS dan website KUA Kemenag RI ke PO BOX 37 33 JKP 10037 simkah.kemenag.go.id/dumaskua

9)                      Alamat KUA Kecamatan Sampang (I)

Letak georgrafis KUA Kecamatan Sampang (R)      Tipografi “KANTOR URUSAN AGAMA KECAMATAN SAMPANG Jl. Tugu Barat No.104 Sampang Cilacap” (O)

Tanda tipografi “KANTOR URUSAN AGAMA

KECAMATAN SAMPANG Jl. Tugu Barat No.104 Sampang Cilacap” bermakna alamat KUA Kecamatan Sampang secara Letak dan lokasi georgrafis di Jl. Tugu Barat No.104 Sampang Cilacap.

10) Kesuburan (I)

Kemakmuran, perdamaian, Warna hijau (O)  
dan keagamaan (R)

Tanda warna hijau bermakna kesuburan, kemakmuran, kesuburan, perdamaian, dan keagamaan dalam pernikahan.

Tabel 4.3.2

Analisis Triadik Semiotika Peirce Slogan II

No.	Objek	Representant	Interpretant
1.	Gambar gerbang masuk kecamatan Sampang	Penanda masuk wilayah kecamatan Sampang	Gapura Kecamatan Sampang
2.	Gambar pelaminan KUA Sampang	Fasilitas pelaminan gratis yang disediakan KUA Sampang	Pesta pernikahan
3.	Gambar sepasang buku nikah merah dan hijau	Bukti kepemilikan sah	Bukti legal

4.	Gambar sepasang cincin emas	Ikatan perkawinan antara suami dan istri	Kesetiaan
5.	Gambar amplop dan pena	Rujukan alamat kode POS dan website	Ikon kode POS dan website
6.	Logo Kemenag RI	Pesan dalam slogan tersebut disampaikan Kementerian Agama Republik Indonesian	Identitas komunikator
7.	Tipografi “Pastikan Nikah Anda Tercatat di KUA”	Anjuran menikah harus dicatatkan di KUA, sedangkan tulisan “Tercatat di KUA” dengan font merah menandakan keharusan	Peringatan mencatatkan pernikahan di KUA
8.	Tipografi Nikah di KUA gratis. Diluar KUA Bayar 600 ribu rupiah. Disetor langsung ke Bank (Peraturan	Ketentuan tarif nikah di KUA berdasarkan PP No.19 Tahun 2015	Tarif nikah KUA berdasarkan PP No.19 Tahun 2015

	Pemerintah No.19 Tahun 2015”		
9.	Tipografi  Kotak Aduan Gratifikasi Nikah PO BOX 37 33 JKP 10037 simkah.kemenag.go.id/dumaskua	Mencari info selengkapnya atau bila ada gratifikasi dalam bentuk apapun bisa lapor dan komplain ke alamat situs dumas KUA Kemenag RI atau mengirim surat ke alamat kode pos Kemenag RI yang tertera	Alamat POS dan website Kemenag RI
10.	Tipografi  KANTOR URUSAN AGAMA KECAMATAN SAMPANG Jl. Tugu Barat No.104 Sampang Cilacap	Letak dan lokasi georgrafis KUA Kecamatan Sampang	Alamat KUA Kecamatan Sampang
11.	Warna Hijau	kemakmuran, perdamaian, dan keagamaan	Kesuburan

*Background* didominasi warna hijau sesuai dengan warna logo Kemenag RI. Hijau disini melambangkan kemakmuran, kesuburan, perdamaian, dan keagamaan dalam pernikahan yang sah di mata hukum dan agama. Gambar gerbang masuk

kecamatan Sampang dapat menjadi indeks dan simbol dari tulisan “kecamatan Sampang” yang berarti berlokasi di jalan Tugu Barat No.104 Sampang Cilacap.

Gambar sepasang buku nikah merah dan hijau merupakan simbol sepasang surat kepemilikan legal pernikahan antara suami dan istri. Dimana gambar tersebut menunjukkan indeks jika pasangan pengantin menikah dapat memperoleh buku nikah warna merah dan pasangan satunya akan mendapat buku nikah warna hijau.

Tulisan “Nikah di KUA” indeksnya gratis alias tidak dipungut biaya, Mencatatkan pernikahan namun nikah diluar KUA indeksnya harus bayar 600 ribu rupiah, sedangkan Pembayaran 600 ribu rupiah indeksnya harus dibayar berupa setoran langsung ke Bank.

Gambar foto pelaminan KUA Sampang merupakan simbol fasilitas pelaminan gratis yang disediakan KUA Sampang untuk pasangan yang tidak mampu menyewa pelaminan untuk pesta pernikahannya. Diikuti gambar berikut yaitu sepasang cincin emas simbol ikatan perkawinan antara suami dan istri.

Logo Kemenag RI sendiri disematkan dalam slogan ini sebagai simbol dan ikon bahwa pesan dalam slogan tersebut merupakan amanat langsung Kementerian Agama Republik Indonesia. Slogan tersebut merupakan anjuran menikah harus dicatatkan di KUA, sedangkan tulisan “Tercatat di KUA” dengan font merah menandakan keharusan.

Poster berslogan dari Kementerian Agama Kecamatan Sampang dengan alamat KUA Sampang yang tertera pada tulisan “Jl. Tugu Barat No.104 Sampang Cilacap”KUA Kecamatan Sampang menghimbau masyarakat Indonesia

untuk memastikan pernikahannya tercatat di KUA sebab pelaksanaan pernikahan di KUA gratis sedang di luar KUA bayar setor langsung di Bank sebesar 600 ribu sesuai Peraturan Pemerintah Nomer 19 Tahun 2015 dan apabila di wilayah anda ditemukan gratifikasi terkait pencatatan pernikahan harap melapor ke situs dan alamat dumas KUA Kemenag RI.

Kisaran tarif relatif tanpa modal dan murah untuk ongkos pelaksanaan pernikahan di Indonesia asalkan dengan syarat mencatatkan pernikahan di KUA, peraturan pemerintah tersebut sangat membantu dalam meringankan beban terkait finansial sesama yang ingin meluruskan niat untuk beribadah kepada Allah dan untuk menjalankan sunah rasul dalam meneruskan keturunan.

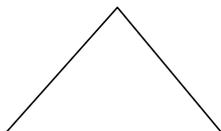
Gambar surat dan pena sebagai petunjuk simbol alamat kode pos dan situs kotak aduan gratifikasi nikah yakni PO BOX 37 33 JKP 10037 dan [simkah.kemenag.go.id/dumaskua](http://simkah.kemenag.go.id/dumaskua). Tanda ini dimasukkan sebab banyaknya kasus gratifikasi hanya untuk mendapatkan kelegalan pernikahan siri walau tidak memenuhi syarat nikah sesuai ketentuan hukum negara.

Dengan analisis semiotika Peirce dalam poster ber-slogan “Pastikan Nikah Anda Tercatat di KUA” di atas, sebagai contoh kemudahan layanan pernikahan yang diberikan pemerintah, jadi tidak ada alasan untuk tidak mencatatkan pernikahan di KUA.

### 3. Makna pesan dakwah dalam slogan III

Makna dalam konteks pernikahan ideal :

- 1) Kebahagiaan yang sederhana (I)

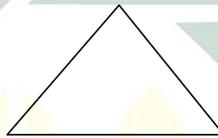


Anjuran segera menikah tidak perlu mewah yang penting sah dan tercatat di KUA (R)

Gambar kartun sepasang pengantin tertawa kegirangan dengan setelan baju pengantin sederhana (O)

Tanda gambar kartun sepasang pengantin tertawa kegirangan dengan setelan baju pengantin sederhana bermakna segera menikah tidak perlu mewah yang penting sah dan tercatat di KUA merupakan kebahagiaan yang sederhana.

2) Status kedudukan pernikahan (I)

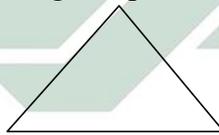


Tahta pelaminan sederhana (R)

Gambar kursi taman kayu (O)

Tanda gambar kursi taman kayu bermakna tahta pelaminan sederhana sebagai status kedudukan pernikahan.

3) Kebahagiaan pernikahan (I)

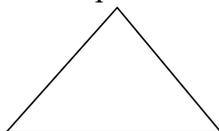


Kekuatan dalam hati yang saling mencinta (R)

Gambar pepohonan berbunga (O)

Tanda gambar pepohonan berbunga bermakna kekuatan dalam kebahagiaan pernikahan antara dua hati yang saling mencinta

4) Prahara pernikahan (I)



Walau berliku namun subur,  
damai, kokoh dan sejahtera  
(R)

Gambar bukit - bukit hijau  
(O)

Tanda gambar bukit - bukit hijau bermakna prahara pernikahan walau berliku namun subur, damai, kokoh dan sejahtera.

5)

Petunjuk ke KUA (I)



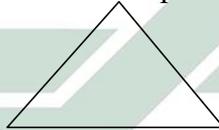
Jalan yang dituju dari  
dan ke KUA (R)

Gambar palang jalan  
dengan tulisan “KUA”  
(O)

Tanda gambar palang jalan dengan tulisan “KUA” bermakna petunjuk jalan yang dituju dari dan ke KUA.

6)

Memulai kehidupan baru (I)



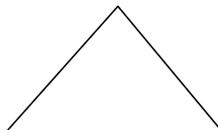
Ketenangan hari yang  
cerah (R)

Gambar langit biru  
dengan awan putih kecil  
dan matahari (O)

Tanda gambar langit biru dengan awan putih kecil dan matahari bermakna ketenangan hari yang cerah untuk memulai kehidupan baru pernikahan.

7)

Identitas Komunikator (I)



Pesan berasal (R)      Logo Kemenag RI(O)

Tanda logo Kemenag RI bermakna identitas komunikator pesan berasal dari Kementerian Agama RI.

8)                                      Akun aplikasi Youtube (I)

Nama akun (R)

Gambar ikon Youtube  
Kementerian Agama RI  
(O)

Tanda gambar ikon Youtube Kementerian Agama RI bermakna nama akun youtube Kementerian Agama RI.

9)                                      Akun aplikasi Facebook (I)

Nama akun (R)

Gambar ikon Facebook  
Kementerian Agama RI (O)

Tanda gambar ikon facebook Kementerian Agama RI bermakna nama akun facebook Kementerian Agama RI.

10)                                      Akun aplikasi twitter (I)

Nama akun (R)

Gambar ikon twitter  
@Kemenag\_RI (O)

Tanda gambar ikon twitter @Kemenag\_RI bermakna nama akun twitter Kementerian Agama RI.

- 11) Akun aplikasi instagram (I)



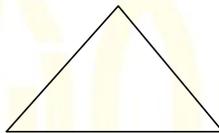
Nama akun (R)

Gambar ikon instagram

@Kemenag\_RI (O)

Tanda gambar ikon instagram @Kemenag\_RI bermakna nama akun aplikasi istagram Kementerian Agama RI.

- 12) Hibauan untuk segera menikah (I)

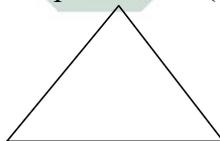


Tagar AyoNikah (R)

Tipografi #AyoNikah (O)

Tanda tipografi #AyoNikah bermakna anjuran atau himbuan untuk segera menikah.

- 13) SAH nya sebuah pernikahan tanpa tingginya biaya pesta pernikahan (I)



Nasihat dan kritik bahwa menikah tak perlu menunggu mapan, kemewahan atau biaya berlebihan (R)

Tipografi “Nikah itu yang penting SAH bukan WAH” (O)

Tanda tipografi “Nikah itu yang penting SAH bukan WAH” bermakna nasihat dan kritik bahwa menikah tak perlu menunggu mapan, kemewahan atau biaya berlebihan atau SAH nya sebuah pernikahan tanpa tingginya biaya pesta pernikahan.

Tabel 4.3.3

## Analisis Triadik Semiotika Peirce Slogan III

No	Objek	Representament	Interpretant
1	Gambar kartun sepasang pengantin tertawa kegirangan dengan setelan baju pengantin sederhana	Anjuran segera menikah tidak perlu mewah yang penting sah dan tercatat di KUA	Kebahagiaan yang sederhana
2	Gambar kursi taman kayu	Kedudukan dan tahta pelaminan sederhana	Status kedudukan pernikahan
3	Gambar kartun pepohonan berbunga	Kekuatan, dan kebahagiaan hati yang saling mencinta antara sepasang pengantin baru	Kebahagiaan pernikahan
4	Gambar bukit - bukit hijau	Walau berliku namun subur, damai, kokoh dan sejahtera	ujian dalam pernikahan
5	Gambar kartun palang jalan	Jalan yang dituju dari dan ke KUA	Petunjuk ke

	dengan tulisan “KUA”		KUA
6	Gambar kartun langit biru dengan awan putih kecil dan matahari	Ketenangan, hari yang cerah atau memulai kehidupan yang baru	Memulai kehidupan baru pernikahan
7	Logo Kemenag RI	Logo Kemenag RI simbol bahwa pesan dalam poster ini berasal dari Kementerian Agama Republik Indonesia	Identitas Komunikator
8	Gambar ikon Youtube Kementerian Agama RI	Nama akun youtube Kementerian Agama Republik Indonesia	Akun Youtube Kementerian Agama RI
9	Gambar ikon Facebook Kementerian Agama RI	Nama akun milik Kementerian Agama Republik Indonesia di aplikasi media sosial Facebook	Akun Facebook Kementerian Agama RI
10	Gambar ikon Twitter @Kemenag_RI	Nama akun sosial media milik Kementerian Agama Republik Indonesia di aplikasi Twitter	Akun Twitter Kementerian Agama RI
11	Gambar ikon Instagram @Kemenag_RI	Nama akun sosial media milik Kementerian	Akun Instagram Kementerian

		Agama Republik Indonesia di aplikasi Instagram	Agama RI
12	Tipografi #AyoNikah	Tagar AyoNikah sebagai anjuran segera menikah	Himbauan untuk segera menikah
13	Tipografi “Nikah itu yang penting SAH bukan WAH”	Nasihat dan kritik bahwa menikah tak perlu menunggu mapan, kemewahan atau biaya berlebihan. Pokok yang penting sah tercatat di KUA walaupun dengan setelan dan ritual sederhana	Kritik tentang SAH nya sebuah pernikahan tanpa tingginya biaya pesta pernikahan
14	Tipografi: GRATIS di KUA dan Rp. 600 ribu di Luar KUA PP Nomer 48 Tahun 2014	Keterangan tarif menikah sesuai PP Nomer 48 Tahun 2014	Tarif menikah di KUA
15	Tipografi www.kemenag.go .id	Alamat situs web Kementerian	Surel Kementerian agama

Slogan “Nikah itu yang penting SAH bukan WAH” di dominasi warna hijau dan biru sesuai dengan logo Kemenag RI menjadi simbol kemakmuran, kesuburan, perdamaian, dan keagamaan.

Gambar kartun sepasang pengantin tertawa kegirangan dengan setelan baju pengantin sederhana merupakan ilustrasi

bahwa mayoritas menjadi sepasang pengantin baru ekspresi yang ditunjukkan gembira. Sedangkan gambar palang petunjuk jalan bertulis “KUA” menunjukkan indeks setelah mencatatkan pernikahan di KUA, dengan begitu gambaran sepasang pengantin berekspresi gembira dapat terealisasi.

Langit biru dengan awan putih kecil dan matahari menjadi indeks hari yang cerah untuk memulai lembaran baru serta suasana yang damai dan menyenangkan identik dengan kebahagiaan yang dirasakan sepasang pengantin yang sah dimata hukum dan agama tersebut. Pepohonan berbunga disekeliling taman merupakan simbol kesuburan, kekeluargaan, kekuatan, dan kebahagiaan hati yang saling mencinta antara sepasang pengantin baru.

Gambar kursi taman kayu simbol kedudukan dan tahta pelaminan sederhana. Bukit - bukit hijau simbol walau bergunduk-gunduk namun subur, damai, kokoh dan sejahtera begitulah pernikahan yang meski berliku akan membawa kedamaian dengan bukti kelegalan yang tepat.

Untuk biaya pernikahan di KUA sendiri gratis dan bayar Rp. 600 ribu indeksnya jika menggunakan layanan mencatatkan pernikahan namun menikah di luar KUA. Keterangan tarif menikah tersebut sesuai PP Nomer 48 Tahun 2014. Logo Kemenag RI tersemat di bagian bawah slogan merupakan simbol bahwa pesan dalam poster ini tentunya berasal dari Kementerian Agama Republik Indonesia.

Tambahan gambar ikon Youtube dan Facebook Kementerian Agama RI bermaksud menjadi simbol nama akun milik Kementerian Agama Republik Indonesia di aplikasi media sosial Facebook dan nama akun youtube Kementerian Agama Republik Indonesia. Simbol - simbol tersebut mengaitkan informasi tersebut dapat diakses melalui jejaring



Saling memerlukan, dan  
mencinta (R)

Gambar background  
sepasang tangan suami istri  
saling berpegangan (O)

Tanda gambar background sepasang tangan suami istri saling berpegangan bermakna pernikahan merupakan ikatan kebersamaan saling memerlukan dan mencinta.

## 2) Website Bimbingan Masyarakat Islam (I)

Alamat website (R)

Gambar ikon web  
bimasislam.kemenag.go.id  
(O)

Tanda gambar ikon web bimasislam.kemenag.go.id bermakna alamat website Bimbingan Masyarakat Islam.

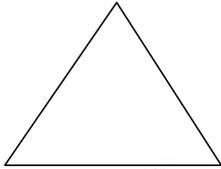
## 3) Akun aplikasi facebook (I)

Nama akun (R)

Gambar ikon  
Facebook Ditjen  
Bimbingan Masyarakat  
Islam RI (O)

Tanda gambar ikon facebook Ditjen Bimbingan Masyarakat Islam RI bermakna nama akun aplikasi facebook Ditjen Bimbingan Masyarakat Islam RI

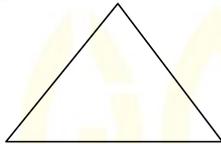
## 4) Akun aplikasi twitter (I)



Nama akun (R)                      Gambar ikon twitter  
 @bimasislam (O)

Tanda gambar ikon twitter @bimasislam bermakna nama akun aplikasi twitter Bimbingan Masyarakat Islam

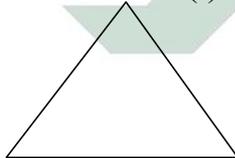
## 5) Peringatan (I)



Larangan nikah siri (R)                      Tipografi “Say NO! To  
 NIKAH SIRI” (O)

Tanda tipografi “Say NO! to NIKAH SIRI” bermakna peringatan atau larangan untuk tidak menikah siri.

## 6) Akibat (I)

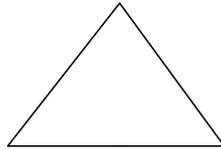


Dampak negatif (R)                      Tipografi “Merusak Sistem  
 Hukum & Sosial Keluarga” (O)

Tanda tipografi “Merusak Sistem Hukum & Sosial Keluarga” bermakna akibat dari dampak negatif menikah siri yaitu merusak sistem hukum dan sosial keluarga.

7)

## Peringatan (I)



Pengingat mencatatkan Tipografi “Pastikan Nikah  
 nikah di KUA (R) Anda Dicatatkan di KUA”  
 (O)

Tanda tipografi “Pastikan nikah anda dicatatkan di KUA” bermakna peringatan dan pengingat untuk mencatatkan nikah di KUA.

Tabel 4.3.4

## Analisis Triadik Semiotika Peirce Slogan IV

No	Objek	Representament	Interpretant
1.	Gambar background sepasang tangan suami istri saling berpegangan	Saling memerlukan, dan mencinta	Kebersamaan
2.	Gambar ikon situs web <a href="http://bimasislam.kemendagri.go.id">bimasislam.kemendagri.go.id</a>	Alamat situs link bimbingan masyarakat (bimas) Islam sebagai salah satu situs layanan manajemen bimas Islam dari Kementerian Agama Republik Indonesia serta	Surel Bimbingan Masyarakat Islam RI

		merupakan situs konsultasi dan pendaftaran nikah online yang disediakan Kemenag RI	
3.	Gambar ikon Facebook Ditjen Bimbingan Masyarakat Islam RI	Nama akun Facebook layanan yang disediakan Kementerian Agama Republik Indonesia guna menerima info terupdate mengenai bimbingan masyarakat Indonesia beragama Islam	Akun Facebook Bimbingan Masyarakat Islam RI
4.	Gambar ikon twitter @bimasislam	Gambar ikon twitter @bimasislam simbol nama akun sosial media layanan tersebut di aplikasi twitter guna menerima info terupdate mengenai bimbingan masyarakat Indonesia	Akun twitter Bimbingan Masyarakat Islam RI

		beragama Islam	
5.	Tipografi “Say NO! to NIKAH SIRI”	Tulisan “Say NO! to NIKAH SIRI” sebagai larangan atau pantangan dan tanda seru sebagai simbol penegasan	Larangan menikah siri
6.	Tipografi Merusak Sistem Hukum & Sosial Keluarga	Dampak negatif dari menikah siri atau menikah tanpa dicatatkan di KUA	Pernikahan siri merusak sistem hukum dan sosial keluarga
7.	Tipografi Pastikan Nikah Anda Dicatatkan di KUA	Tulisan “Pastikan Nikah Anda Dicatatkan di KUA” diberi tanda petik dua sebagai pengingat	Peringatan untuk mencatatkan pernikahan di KUA

Larangan pernikahan siri agar tidak berimbas merusak tatanan hukum dan sosial keluarga, maka setiap warga negara Indonesia wajib memastikan pernikahannya tercatat di KUA atau melalui situs Bimbingan Masyarakat Islam sebagai layanan pencatatan nikah online yang disediakan Kemenag RI.

Poster ber-slogan “Say NO! To Nikah Siri” : Pernikahan siri merusak tatanan hukum dan sosial keluarga. Kata “Say NO” diakhiri tanda seru menjadi sebuah kritik atas suatu

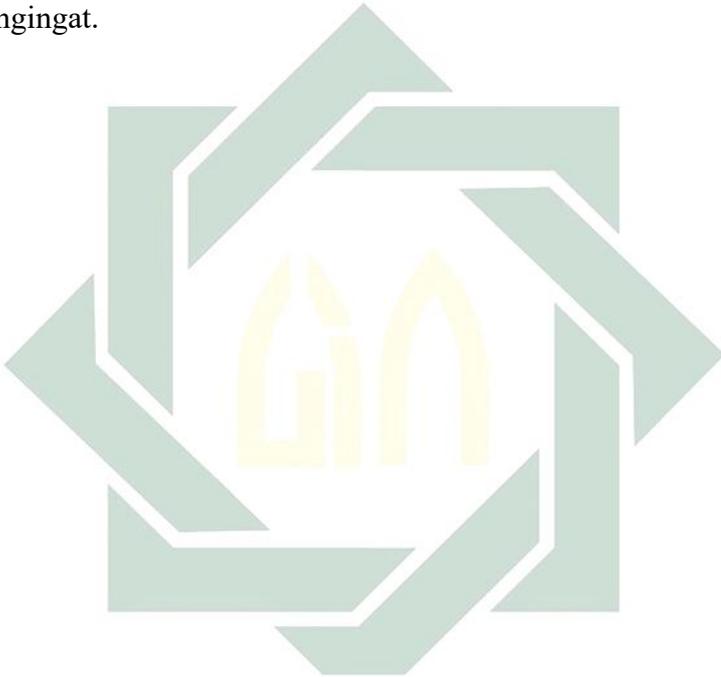
larangan dengan indeks kata selanjutnya yakni “To Nikah Siri”, dan apabila digabung menunjukkan makna “Katakan tidak! Untuk Nikah Siri. Perpaduan bahasa Inggris dan bahasa Indonesia menjadi diksi yang menarik dan unik sehingga dengan slogan itu menjadikan poster ini sangat menegaskan dan menghimbau masyarakat Indonesia agar tidak melakukan nikah siri dalam kondisi apapun.

Gambar background sepasang tangan suami istri saling berpegangan menjadi tanda simbol kebersamaan, saling memerlukan, dan mencintai namun menjadi warga negara yang baik tidak sah bila pernikahan tersebut terjalin tanpa kelegalan tercatat di KUA. Gambar ikon situs web [bimasislam.kemenag.go.id](http://bimasislam.kemenag.go.id) sebagai simbol alamat situs link bimbingan masyarakat (bimas) Islam sebagai salah satu situs layanan manajemen bimas Islam dari Kementerian Agama Republik Indonesia serta merupakan situs konsultasi dan pendaftaran nikah online yang disediakan Kemenag RI sebagai kemudahan.

Ikon aplikasi Facebook Ditjen Bimbingan Masyarakat Islam RI sekaligus menjadi simbol nama akun situs layanan yang disediakan Kementerian Agama Republik Indonesia guna menerima info terupdate mengenai bimbingan masyarakat Indonesia beragama Islam. Begitu pula dengan gambar ikon aplikasi twitter [@bimasislam](https://twitter.com/bimasislam), juga menjadi simbol nama akun sosial media layanan tersebut dapat diakses melalui aplikasi twitter guna menerima info terupdate mengenai bimbingan masyarakat Indonesia beragama Islam.

Melalui slogan ini, Kemenag RI menyajikan gambaran pernikahan ideal dengan menunjukkan resiko nikah siri. Pencegahan tersebut dilakukan terlebih agar pasangan nikah siri yang statusnya tidak ada di mata hukum tidak meresahkan masyarakat dan menimbulkan fitnah. .Segala dampak kerugian

yang signifikan untuk diri sendiri juga orang disekitar hingga anak turun dalam beberapa aspek penting tersebut menurut Islam perlu lebih baik tidak dilakukan atau dihindari. Dalam slogan ini pun termakna bahwa pernikahan ideal memang harus dengan pencatatan di KUA, tulisan “Pastikan Nikah Anda Dicatatkan di KUA” diberi tanda petik dua sebagai pengingat.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Penelitian ini menyimpulkan hasil : (1) Konstruksi pernikahan ideal oleh media slogan Kemenag RI menggunakan perangkat analisis Berger dan Luckman melalui dialektika eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi Pernikahan ideal dikonstruksi oleh media slogan Kemenag RI menggunakan dialektika eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi, menyatakan bahwa pernikahan ideal adalah pernikahan yang tercatat di KUA dan memiliki bukti buku nikah. (2) Makna tanda dalam slogan Kemenag RI dilihat dari representamen, objek dan interpretannya adalah pernikahan harus memiliki buku nikah dengan tercatat di KUA, pernikahan di KUA gratis dan diluar KUA bayar 600 ribu disetor langsung melalui bank, menyegerakan nikah dengan ritual pelaksanaan pernikahan yang penting sah bukan wah, dan larangan pernikahan siri sebab dapat merusak sistem hukum sosial dan tatanan masyarakat.

#### **B. Rekomendasi**

Berikut rekomendasi dalam penelitian ini :

1. Bagi Kemenag RI, letak slogan untuk menghimbau masyarakat terkait anjuran pencatatan pernikahan di KUA perlu perluasan tidak hanya di mobil maupun poster dan *postcard* di internet, dapat di sisipkan di spanduk, baliho, stiker, pin, dan media lain.

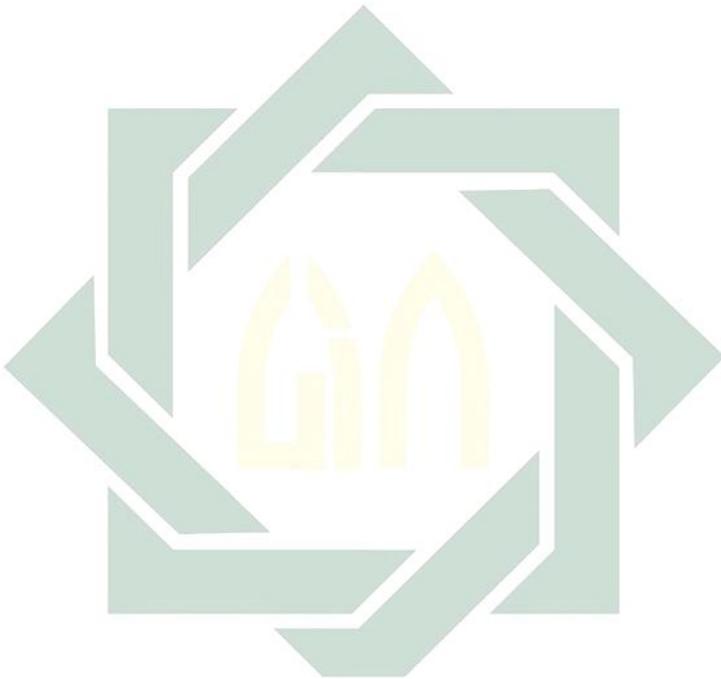
2. Variasi diksi untuk slogan dan penggunaan media lain bagi masyarakat sendiri perlu dikembangkan sebagai wujud inovasi dakwah dalam konteks tema yang berbeda.
3. Penyedia sarana dakwah perlu dikembangkan. Tidak hanya Kemenag RI yang berperan sebagai penyedia inovasi dakwah, namun instansi pemerintah lain dan seluruh media bahkan para mahasiswa perlu mencontoh metode dakwah menggunakan alternatif media slogan ini.
4. Penelitian ini memiliki banyak kekurangan, penelitian kemudian dianjurkan mengangkat teks media berupa slogan dengan tema lain tentang urgensi wacana dakwah.

### **C. Keterbatasan Penelitian**

Berikut merupakan keterbatasan dari penelitian ini :

1. Pengambilan data masih menggunakan teknik random sampling dengan empat buah sampel Kemenag RI. Secara teknik kurang terperinci seperti purposive sampling dalam hal spesifikasi terkait inovasi, tahun, jenis dan lain-lain.
2. Walau pesan dakwah sudah baik dan mampu tersampaikan dari komunikator ke komunikan melalui slogan namun jumlah sampel empat buah objek slogan yang relatif sedikit kurang dapat menggambarkan secara luas bagaimana pernikahan ideal di Indonesia dalam penelitian ini.
3. Sedikitnya sample menjadikan diksi slogan terpilih secara random jadi kurang variatif.
4. Peran instansi atau pihak lain dalam pembuatan dakwah berupa slogan perlu dicari dan dikaji ulang.

5. Sumber informasi terkait pernikahan siri masih kurang rinci sebab dalam media massa dan data pemerintah banyak kasus pernikahan siri yang belum terungkap.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Al Ghazi, Syekh Muhammad bin Qosim. *Kitab Fathkul Qorib Al Mujib*
- Berger, LP. & Luckman, T. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan*. Jakarta: LP3ES. 2013.
- Bukhori. *Kitab Shahih Bukhori*. Jilid 5. no. 4175-5195.
- Busran. *Senarai Penelitian: Islam Kontemporer Tinjauan Multikultural*. Yogyakarta: Deepublish. 2018.
- Budiman, Kris. *Semiotik Visual : Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*. Yogyakarta: Jalasutra. 2011.
- Departemen Agama RI. *Kompilasi Hukum Islam di Indonesia*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam. 1997.
- Eriyanto. *Analisis Isi : Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana. 2015.
- Fiske, John. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. 2012.

Hidayat, Dedy N. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia. 2003.

Hidayatullah.com. “*Pernikahan, Dakwah, dan Jihat (1)*”. 12 Juni, 2015.

Hoed, Benny. *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya, Ferdinand de Saussure, Roland Barthes, Julia Kristeva, Jacques Derrida, Charles Sander Peirce, Marcel Danesi dan Paul Perron*. Jakarta: Komunitas Bambu. 2007.

Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2013.

Irfan, Abu Hafzhah. *Kitab Al Bayyinatuli lmiyyah*. 729-875

Jamaluddin. *Buku Ajar Hukum Perkawinan*. Lhokseumawe: Unimal Press. 2016.

Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana. 2006.

Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2003.

Mulyana, Deddy. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya. 2014.

Seto, Indiwan & Wibowo, Wahyu. *Semiotika Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2011.

Shomat, Abd. *Hukum Islam Penoraman Prinsip Syariah dalam Hukum Indonesia*. Jakarta: Prenada Media Goup. 2010.

Suryana. *Metode Dakwah Islam*. Parepare: IAIN Parepare. 2017.

Tipografi dalam Dunia Desain Grafis, *Tips Percetakan*, 2017

W littlejhon, Stephen. *Ensiklopedia Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana. 2016.

Wahyuningtyas, Dwi & Hidayati, Arifah F. *Labirin Diri : Temukan Jalanmu Mengetahui Tentang Diri Sendiri*. Malang: Multimedia Edukasi. 2020.

Jurnal / Skripsi

Basuni, Akhmad & Rohaetin, Tini. 2019. *Makna Slogan Satu Vespa Sejuta Saudara pada Komunitas Vespa Subang (Analisis Semiotika Slogan Satu Vespa*

*Sejuta Saudara*). Jurnal Ilmu Komunikasi. 1-17

Hidayattullah, Adibah 2020. *Analisis Frasa Pada Slogan Iklan Rokok Elektrik Berbahasa Jerman*. Vol. 9. No. 1

Ismail, Nurasih. “Pesan Dakwah tentang Nikah di Media Sosial Instagram”. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Volume 3. Nomor 1. 2018.

Karman. Konstruksi Relaitas Sosial Sebagai Gerakan Pemikiran (Sebuah Telaah Teoritis Terhadap Konstruksi Realitas Peter L, Berger). *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komununikasi dan Informatika*. Vol 5. 3 Maret 2015.

Muflihun, Imam. “Kajian Semotis Poster *Anti-Tank* Karya Andrew Lumban Gaol”. *Skripsi*, Jurusan Pendidikan Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta, 2017.

Mustika, Laras Dian & Hasanah, Luluk Ulfa. 2020. *Analisis Gaya Bahasa Pada Slogan Kemasan Makanan Produk Jepang*. Vol. 2. No. 1.

Muta’afi, Fifi. *Konstruksi Sosial Masyarakat Terhadap Penderita Kusta*. Jurnal Paradigma Penelitian Fakultas Ilmu Sosial. Vol. 3. No.3. 2015.

- Nadzifah, Faizatun. “Pesan Dakwah Dosen Dakwah STAIN Kudus dalam Surat Kabar Harian Radar Kudus”. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. Volume 1. Nomor 1. 2018.
- Prasetya, Juli. “Kajian Makna Simbolik pada Wayang Bawor (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)”. *Skripsi*. Jurusan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto. 2016.
- Prasetya T.J., Eka. “Analisis Semiotika Film 99 Cahaya di Langit Eropa”. *Skripsi*. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, 2015.
- Prihatini, Aini. *Master Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Bentang Pustaka. 2015.
- Rahayu, Ayu Puji. “Analisis Semantik Slogan-Slogan di Lingkungan Sekolah (Studi Kasus Di Mi Tarbiyatul Aulad Jombor, Kecamatan Tuntang, Kabupaten Semarang) Tahun 2017”. *Skripsi*. Jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Salatiga. 2017.
- Ratmanto. *Mediator*. Jurnal komunikasi. Vol. 5. No.1. 2014.

Rohim, Abdur. “Makna Bahasa Slogan pada Bak Truk (Analisis Semiotika Model Roland Barthes)”. *Skripsi*, Jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. 2017.

Sefriansyah, Muhamad Rizky. “Slogan Dan Chants Bonek Era Kembalinya Persebaya Di Kancah Sepak Bola Nasional: Kajian Semantik”. *Skripsi*. Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga. 2020.

Suyitno, Imam. *Proposisi Bentuk Kosong dalam Wacana Slogan*. Jurnal Humoniora Sastra Universitas Gadjah Mada. Vol. 17. No.3. Oktober 2005.

Sumber dari internet

BBC.com. *Pernikahan Dini Menjadi Pandemi*. 03 Maret, 2020.

Ediyati, Astri. “Dampak Nikah Siri bagi Bunda dan Anak”. *HaiBunda*. 13 November, 2018.

Frezona, Vessy. *Pernikahan Ideal menurut Psikolog*. 2015. Okezone.com, diakses pada tanggal 26 Oktober 2020 dari <https://pernikahan-ideal-menurut-psikolog/okezone/lifestyle.html>.

Hukumonline. “*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2019 tentang Perkawinan*”, diakses pada Oktober 2020 dari [www.hukumonline.com](http://www.hukumonline.com).

Jogloabang. *Perkawinan Siri dan Dampaknya di Provinsi Jawa Barat*. 23 Oktober, 2019.

Kementerian Agama RI, diakses pada November 2020 dari <https://kemenag.go.id/>.

Nabillah, Churin In. *Tekun Berbahasa Indonesia*. Sukabumi: Farha Pustaka. 2020.

Nuarita, Ranti. *Analisis Media*. 2018: Coretan Kuliah Ranti, diakses pada tanggal 29 September 2020 dari <https://rantialkharizmi.blogspot.com/2016/11/analisis-media-oleh-ranti-nuarita.html>Prihatini, Aini. *Master Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Bentang Pustaka. 2015.

Ridhoi, Muhammad Ahsan. *Wabah Pernikahan Dini di Tengah Pandemi dan Dampak Buruknya*. Katadata.co.id. diakses 17

Januari 2021 dari  
<https://katadata.co.id/0/analisisdata/5ff7cb5cdf279/wabah-pernikahan-dini-di-tengah-pandemi-dan-dampak-buruknya>

Web-bahasaindonesia. *“Pengertian, Ciri-ciri, dan Contoh Slogan”*. 12 Juni, 2015.

