KAJIAN PESAN DAKWAH
(Analisis Semiotik Teks Buanglah Sampah pada Tempatnya pada Kemasan Makanan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)

PERPUSTAKAAN
IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA
No. KLAS K D-2010 017 KPI
No. REG : D-2010/KPI/017
ASAL BUKU :
TANGGAL :

Oleh:
Mu'minah
NIM. BO1206004

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
FAKULTAS DAKWAH
JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
2010

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh **Mu'minah** ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 16 Juli 2010

Pembimbing

Abdullah Sattar, S.Ag.M.Fil.I
NIP. 196512171997031002

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh Mu'minah ini telah dipertahankan di depan
Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 26 Juli 2010
Mengesahkan,
Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Dekan,

Dr. Aswadi, M. Ag
NIP. 196004121994031001

Ketua,

Abdullah Sattar, S. Ag, M. Fil. I
NIP. 196512171997031002

Sekretaris,

Amin Thohari, S. Ag. M. Si, M. Pd. I
NIP. 197007082000031004

Penguji I,

Lukman Hakim, S. Ag, M. Si, MA
NIP. 197308212005011004

Penguji II,

Ahmad Khairul Hakim, S. Ag, M. Si
NIP. 197512302003121001

ABSTRAK

Mu'minah, NIM. BO1206004, 2010. **kajian pesan dakwah (analisis semiotik teks buanglah sampah pada tempatnya pada kemasan makanan Chiki Snack Chocolate stick Strawberry).** Skripsi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: Pesan dakwah, Analisis Semiotik, pesan buang sampah pada tempatnya pada kemasan makanan Chiki Snack Chocolate stick Strawberry

Ada dua persoalan yang dikaji dalam skripsi ini, yaitu: Bagaimana isi pesan dakwah buang sampah pada tempatnya pada kemasan makanan chiki snack chocolate stick strawberry milik indofood jika dianalisis secara semiotik. Dan apakah pesan buanglah sampah pada tempatnya termasuk pesan dakwah. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui. 1).Isi pesan dakwah buang sampah pada tempatnya pada kemasan makanan chiki snack chocolate stick strawberry jika dianalsis dengan semiotik. 2). Pesan buanglah sampah pada tempatnya dapat dikategorikan sebagai pesan dakwah.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakanlah metode kualitatif yang berguna untuk memberikan fakta dan data tentang buang sampah pada tempatnya pada kemasan makanan chiki snack chocolate stick strawberry. Kemudian data tersebut di analisis secara kritis dengan Dasar pemikiran Charles Sanders Peirce, sehingga diperoleh informasi yang mendalam tentang pesan dakwah.

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa 1)gambar bungkus kosong diatas tong sampah dan teks buang sampah pada tempatnya merupakan tanda (*sign*), wujud gambar bungkus kosong diatas tong sampah dan teks buang sampah pada tempatnya pada kemasan chiki snack chocolate stick strawberry adalah objek (*object*) dan anjuran dari produsen (Indofood) terhadap konsumen agar menjaga kebersihan lingkungan dengan cara membuang sampah pada tempatnya adalah imterpretan (*interpretant).* 2). Pesan buanglah sampah pada tempatnya termasuk pesan dakwah yang terkait dengan akhlak.

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

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM i
PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
PENGESAHAN iii
MOTTO iv
ABSTRAK v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR GAMBAR x
BAB I: PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 7
E. Konseptualisasi 8
1. Analisis Semiotik 8
2. Pesan Dakwah 8
F. Sistematika Pembahasan 10
BAB II: KERANGKA TEORETIK 12
A Pesan Dakwah 12
B Kemasan 28
C Analisis Semiotik 31
D Charles Sanders Peirce 35
E Teori Makna Altson 43
F Penelitian terdahulu yang relevan 45
BAB III: METODE PENELITIAN 46
A Pendekatan dan Jenis Penelitian 46
B Unit Analisis 47
C Tahap-Tahap Penelitian 48

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

D Teknik Analisis Data 50
BAB IV: PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA 52
A Penyajian Data 52
1. Deskripsi Objek Penelitian 52
2. Sejarah Kemasan 55
B Analisis data 60
C Pembahasan 68
BAB V: PENUTUP 71
A. Kesimpulan 71
B. Saran 71
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
BIODATA PENULIS

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

DAFTAR GAMBAR

Halaman

1. Gambar 1 36
2. Gambar 2 36
3. Gambar 3 51
4. Gambar 4.1 60
5. Gambar 4.2 60
6. Gambar 4.3 62

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan salah satu aktivitas keagamaan yang urgen dalam Islam, memiliki posisi srategis, sentral, dan menentukan. Jika ditinjau dari segi bahasa dakwah berasal dari bahasa arab دعوة dari kata دعا - يدعو yang mempunyai tiga huruf asal , yaitu *dal, 'ain, dan wawu*. Dari ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dengan beragam makna. Makna-makna tersebut berarti mengajak, berdoa, mengadu, memanggil, meminta, dan mengundang.[1]

Pengertian dakwah sendiri menurut M Arifin merupakan suatu kegiatan ajakan, baik dalam bentuk lisan, tulisan dan tingkah laku yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun secara kelompok dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan.[2]

Berdakwah bagi setiap muslim merupakan tugas mulia. Tugas dan kewajiban itu tertera jelas dalam firman Allah:

ٱدْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلْحِكْمَةِ وَٱلْمَوْعِظَةِ ٱلْحَسَنَةِ ۖ وَجَـٰدِلْهُم بِٱلَّتِى هِىَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦ ۖ وَهُوَ أَعْلَمُ بِٱلْمُهْتَدِينَ

Artinya: *Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik.*

[1] Moh. Ali Aziz, *ilmu dakwah*, (Jakarta: kencana, 2009), hal. 10
[2] M.Arifin, *Psikologi Dakwah,* (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), h.6

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

Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.[3]

Pada dasarnya dapat kita katakan bahwa dakwah itu adalah juga merupakan suatu proses komunikasi, tetapi tidak semua proses komunikasi merupakan proses dakwah.[4] Misalnya, pertemuan antara dua orang yang merencanakan pembunuhan terhadap seseorang demi menutupi apa yang diketahui oleh calon korban supaya perbuatan mereka tidak terungkap. Dalam rencana pembunuhan tersebut terjadi proses komunikasi, namun tidak mengandung proses dakwah karena apa yang akan mereka lakukan adalah kemungkaran. Dan jika diperhatikan secara seksama dan mendalam, maka pengertian daripada dakwah itu tidak lain adalah komunikasi. Jika dalam komunikasi seorang komunikator menyampaikan pesannya kepada komunikan, maka begitu halnya dengan kegiatan dakwah dimana seorang *da'i* menyampaikan pesan dakwahnya pada *mad'u*. Jadi apapun yang terkait dengan kegiatan dunia komunikasi dapat diterapkan pada kegiatan dakwah agar mencapai tujuan dakwah, yaitu *amar ma'ruf nahi munkar.*

Pada era globalisasi yang serba canggih ini, masyarakat akan dengan mudah memperoleh informasi apapun dari berbagai media komunikasi yang ada, tak hanya media audio visual, media cetak juga menjadi andalan saat ini. Kehadiran media cetak di masyarakat juga memiliki beberapa fungsi, seperti menyiarkan informasi, mendidik, menghibur dan mempengaruhi. Media cetak

[3] Al-Aliyy, *Al Qur'an Dan Terjemahnya,* (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2005), hal. 224.
[4] Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah (,*Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), hal. 39

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

menjadi salah satu media komunikasi yang pertama dipilih oleh masyarakat karena memiliki beberapa kelebihan. Diantaranya sifatnya yang lama, dalam pengertian bahwa informasi yang dipublikasikan tersebut bisa disimpan tanpa harus melakukan '*recording*' sebagaimana dalam media massa siaran; dan kemudian informasi tersebut bisa mudah didapatkan kembali sewaktu-waktu diperlukan.

Kelebihan yang dimiliki oleh media cetak itu maka keberadaannya juga sangat berpeluang jika digunakan dalam kegiatan dakwah. Dalam ilmu komunikasi, media dilasifikasikan menjadi tiga macam, yaitu:[5]

1. *the spoken words* yaitu media dakwah yang berbentuk ucapan atau bunyi yang dapat ditangkapdengan indera telinga seperti radio, telepon, dan sebagainya.
2. *the printed writing* yaitu media dakwah yang berbentuk tulisan, gambar, lukisan, dan sebagainya yang dapat ditangkap oleh indera mata.
3. *the audio visual*, yaitu media dakwah yang berbentuk gambar hidup yang dapat didengar sekaligus dapat dilihat seperti televisi, film, video dan sebagainya.

Perkembangan dan pembagunan sektor di era informasi ini adalah bukti untuk mengembangkan dakwah melalui media cetak. Melaui media cetak pesan-pesan keagamaan bisa disampaikan dalam berbagai bentuk, tak hanya dalam bentuk artikel atau berita di sebuah surat kabar dan majalah. Pesan keagamaan juga bisa disampaikan melalui gambar-gambar yang tercetak pada poster-poster, pamflet atau bahkan pada kemasan makanan.

[5] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (jakarta: kencana, 2009), hal. 406

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

Jika kita tela'ah mengapa kebersihan menjadi anjuran dalam agama kita. Maka terlebih dahulu kita lihat bahwa semua manusia terlahir dengan *fitroh* (bersih) bagai selembar kain putih yang tiada noda. Seakan Allah SWT memberikan keterangan kepada semua makhluknya bahwa bersih ibarat suatu citra (wibawa) dari pelbagai kebaikan, jadi semua kata bersih mengandung makna yang menandakan adanya kebaikan dalam segala aspek kehidupan. Sebagai penyegar ingatan kita bahwa kebersihan adalah perintah Allah SWT.

Allah SWT sangat senang dengan kebersihan, termasuk kebersihan rohani, jasmani atau bahkan kebersihan lingkungan. Adapun cara yang bisa dilakukan agar kita termasuk orang- orang yang menjaga kebersihan lingkungan, salah satunya bisa dengan membuang sampah pada tempatnya. Karena dengan membuang sampah pada tempatnya akan tercipta suatu lingkungan masyarakat yang bersih dan sehat. Selain itu, dengan membuang sampah pada tempatnya masyarakat akan terhindar dari berbagai penyakit dan banjir.

Jika kita sadari, kita mampu berbuat lebih dari hanya membuang sampah pada tempatnya. Yaitu dengan menggunakan kembali (*reuse*) kemasan plastik Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry. Dengan demikian secara tidak langsung kita telah mengurangi limbah plastik yang dapat terbuang percuma setelah digunakan (*reduce*). Atau bahkan lebih bagus lagi jika kita dapat mendaur ulang plastik menjadi sesuatu yang lebih berguna (*recycle*). Pemanfaatan limbah plastik Chiki Snack Chocolate Stick

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

Strawberry merupakan upaya menekan pembuangan plastik seminimal mungkin.

Daur ulang sampah plastik bisa berupa tas, bunga, kotak hiasan, tempat sampah, dan berbagai macam hasil lainnya. Dengan adanya hasil-hasil daur ulang tersebut diharapkan bisa mengurangi dampak polusi yang disebabkan oleh sampah plastik. Karena sampah plastik bisa menyebabkan polusi udara jika dibakar secara terbuka dan polusinya dapat menyebabkan kanker. Parahnya lagi jika terkena polusi dalam dosis besar maka bisa menyebabkan sakit kulit (*Chloracne*). Banyak lagi dampaknya seperti pencemaran sungai, pantai, danau, saluran air serta tanah yang menyebabkan banjir. Setidaknya, dengan membuang sampah pada tempatnya dan mendaur ulang sampah tersebut maka manfaatnya akan kembali pada diri kita sendiri.

Berkenaan dengan hal diatas, peneliti mengangkat analisis semiotik terkait tanda, dan menggunakan tanda yang terkandung dalam kemasan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry tentang buanglah sampah pada tempatnya produksi Indofood.

Pada produk tersebut, Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry mencantumkan atau menambahkan teks buanglah sampah pada tempatnya di belakang kemasannya.

Penelitian ini menggunakan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry. Karena ini merupakan salah satu perusahaan besar makanan dan minuman ringan yang mempunyai konsumen yang cukup banyak.

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

Fenomena dalam penelitian ini, sebagaimana yang disajikan dalam bentuk teks buanglah sampah pada tempatnya di belakang kemasan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry, mempunyai informasi dan pesan dakwah sebagai tanda dalam semiotik.

Pada fenomena ini, peneliti mencoba menela'ah terkait teks buanglah sampah pada tempatnya, di belakang kemasan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry, sebagai kajian penelitian analisis semiotik atas teks tersebut. Peneliti mencoba menganalisis teks tersebut dalam tranformasi dari aspek analisis semiotik secara menyeluruh dengan pendekatan model Charles Sanders Pierce.

B. Rumusan Masalah

Melihat latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diangkat peneliti adalah;

1. Bagaimana isi pesan buanglah sampah pada tempatnya pada kemasan makanan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry jika di analisis dengan semiotik ?
2. Apakah pesan buanglah sampah pada tempatnya termasuk pesan dakwah?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian ini, disesuaikan dengan perumusan masalah diatas, yakni

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

1. Untuk memahami pesan buanglah sampah pada tempatnya pada kemasan makanan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry jika di analisis dengan semiotik.
2. Untuk mengetahui apakah pesan buanglah sampah pada tempatnya dapat dikategorikan sebagai pesan dakwah

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan membawa beberapa manfaat, antara lain sebagai berikut:

1. *Secara Teoritis*
   a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pengembangan Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam terlebih yang terdapat pada konsentrasi media cetak.
   b. Penelitian ini diharapkan akan memperkaya kajian mengenai analisis semiotik.
2. *Secara Praktis*
   a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah-satu informasi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan Komunikasi Penyiaran Islam, khususnya yang berhubungan dengan analisis semiotik yang dirasa masih kurang di tempat peneliti menempu kuliah.

E. Konseptualisasi

Guna menghindari kesalahpahaman dalam memahami konteks kalimat yang terkandung dalam judul skripsi ini. Maka diperlukan penjelasan

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

gramatikal/bahasa dari istilah yang ada di judul. Adapun judul skripsi ini analisis pesan dakwah buanglah sampah pada tempatnya dalam kemasan makanan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry. Adapun konseptualisasinya adalah sebagai berikut:

1. Pesan Dakwah

   Pesan dakwah adalah masalah isi pesan dakwah atau materi yang disampaikan da'i pada mad'u. dalam hal ini jelas bahwa yang menjadi materi dakwah atau pesan dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri.[6] oleh karena itu, membahas yang menjadi materi dakwah adalah membahas ajaran Islam itu sendiri, sebab semua ajaran Islam yang sangat luas itu bisa dijadikan pesan dakwah Islam. Akan tetapi, ajaran Islam yang dijadikan pesan dakwah pada garis besarnya dapat dikelompokkan sebagai berkut: akidah, syariat, dan Akhlaqul karimah (budi pekerti). Pesan dakwah adalah setiap pesan komunikasi yang mengandung muatan nilai-nilai keilahian, ideologi, dan kemaslahatan baik secara tersirat maupun tersurat.[7]

2. Analisis Semiotik

   Semiotik adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia.[8] Semiotik, atau dalam istilah Charles Shanders Peirce menyatakan bahwa semiotik berobyekkan tanda dan menganalisisnya

---

[6] M.Ali Aziz*, Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h.109
[7] Asep Kusnawan, et-el. *Komunikasi Penyiaran Islam.* (Bandung: Benang Merah Press, 2 004). hal. 4
[8] Alex Sobur, *semiotika komunikasi*, (Bandung: PT.Remaja Rosda Karya, 2003), hal. 15

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

menjadi ide, obyek, dan makna. Isi dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu kepada obyek tertentu.[9]

Menurut Charles Sanders Peirce semiotik adalah suatu hubungan di antara tanda, objek, dan makna.[10]

a. Tanda; adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain di luar tanda itu sendiri. Acuan tanda ini disebut objek.
b. Acuan Tanda (Objek); adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda.
c. Pengguna Tanda (Interpretan); konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya kesuatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda.[11]

F. Sistematika Pembahasan

Supaya pembahasan dalam penyusunan laporan penelitian ini tertata rapi dan sistematis, sekaligus juga sesuai dengan kaedah alur Skripsi. Maka sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

[9] Alax Sobur,, *analisis teks media*, (Bandung: PT.Remaja Rosda Karya, 2001), hal. 100.
[10] Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi,* Bandung, Remaja Rosdakarya, 2006, h.15-17
[11] Rahmat Kriyanto, *teknik praktis riset komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 265

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

BAB I : PENDAHULUAN

Meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, konseptualisasi, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KERANGKA TEORETIK

Bab ini mengkaji tentang pengertian pesan dakwah, lalu teori yang digunakan untuk menganalisis masalah penelitian, yakni analisis semiotik pesan buanglah sampah pada tempatnya di belakang kemasan makanan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry. Dan kajian penelitian terdahulu, berisikan tentang hasil-hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan metodologi penelitian yang dipakai. Mulai dari pendekatan dan jenis penelitian, tahap-tahap penelitian, unit analisis obyek penelitian, teknik analisis data yang sesuai dengan penelitian yang dilakukan peneliti.

BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan peneliti. Dan merupakan bab memaparkan deskripsi obyek penelitian, penyajian data, analisis data, serta pembahasan.

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

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab terakhir dalam penulisan skripsi yang nantinya akan memuat kesimpulan dan saran.

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

BAB II

KERANGKA TEORETIK

A. Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Menurut Toto Tasmoro pesan adalah, merupakan sesuatu yang bisa disampaikan dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun kelompok yang dapat berupa buah pikiran, keterangan, pernyataan dari sebuah sikap.[1]

Menurut Hafied Cangara, pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima.[2] Di sini terdapat objek dan subjek dan materi yang disampaikan.

Sementara itu, Astrid Susanto mengatakan bahwa pesan adalah, ide, gagasan, informasi, dan opini yang dilontarkan seorang komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk mempengaruhi komunikan kearah sikap yang diinginkan oleh komunikator.[3]

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka pesan dapat diartikan sebagai proses interaksi antara dua orang atau lebih, bisa juga sebuah kelompok dalam usaha menyampaikan sehingga tercapainya sebuah pengertian yang sama.

Pesan merupakan sebuah isyarat atau simbol yang disampaikan oleh seseorang untuk saluran tertentu dengan harapan bahwa pesan itu

[1] Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah (*Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), hal. 9.
[2] Hafied Cangara, *Pengertian Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo, Persada, 1998), hal. 23.
[3] Astrid Susanto, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek* (Bandung: Bina Cipta,1997), hal. 7.

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

akan mengutarakan atau menimbulkan sesuatu makna tertentu dalam diri orang lain yang hendak diajak berkomunikasi. Dan tentunya akan memiliki pengaruh terhadap penerima pesan tersebut.

Pengertian dakwah sendiri bisa dibagi menjadi dua, yaitu dakwah ditinjau dari segi bahasa (*etimologi)* dan dakwah ditinjau dari segi istilah (*terminology*), maka pengertiannya adalah sebagai berikut:

1) Arti dakwah jika ditinjau dari segi *etimologi* (bahasa)*,* maka kata dakwah berasal dari bahasa arab دعوة. Dakwah mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal*, *ain,* dan *wawu*. Dari ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, dan lain-lain.[4]
2) Arti dakwah jika ditinjau dari segi istilah (*terminology*), maka bisa mempunyai arti bermacam-macam, dan untuk lebih jelasnya akan disajikan pendapat beberapa para ahli ilmu dakwah.

Dakwah menurut M.Ali Aziz adalah berarti ajakan. Dalam pengertian yang lebih khusus, menurut Ali Aziz dakwah berarti segala bentuk aktifitas penyampaian ajaran Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana, untuk terciptanya individu dan masyarakat yang bisa menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam lapangan kehidupan.

[4] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 6

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

Buku ilmu dakwah karangan Ali Aziz juga dijelaskan bahwa, "Dakwah Islamiyah menyatakan setiap usaha aktifitas dengan lisan maupun tulisan yang bersifat mengajak, menyeru, dan memanggil orang lain supaya beriman dan mentaati perintah Allah SWT. dan menjauhi larangan-Nya, sesuai dengan ajaran Islam dengan garis-garis kaidah dan syari'ah serta akhlak yang sesuai dengan norma-norma agama Islam".[5]

Menurut Endang S. Anshari seperti yang dikutip Toto Tasmara dalam bukunya Komunikasi Dakwah, bahwa dakwah didefinisikan sebagai penjabaran terjemahan dan pelaksanaan Islam dalam berkehidupan manusia sehari-hari, baik dalam menghadapi politik, ekonomi, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, kesenian, keluarga, dan sebagainya.[6]

Hamzah Ya'qub berpendapat, bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia dengan hikmah dan bijaksana untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulnya.[7]

Secara garis besar, pengertian Dakwah merupakan sebuah kegiatan, ajakan, baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya. Yang mana dakwah tersebut dapat dilakukan secara sadar dan berencana. Dan tentunya dalam upaya mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun secara kelompok, supaya timbul dalam dirinya sebuah kesadaran, baik dalam sikap penghayatan maupun

[5] M. Ali Aziz, I*lmu Dakwah*.....hal. 13.
[6] Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*.....hal. 31-32.
[7] Hamzah Ya'qub, *Publistik Islam* (Bandung: Diponegoro, 1992), hal. 3

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

pengalaman terhadap ajaran agama Islam, dan sebagai pesan yang disampaikan kepadanya tanpa ada faktor keterpaksaan dari siapapun.

Beberapa definisi di atas, walaupun berbeda bentuk redaksinya, akan tetapi seperti setiap pengertian dakwah memiliki tiga unsur pokok yaitu :

a) Dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam dari *komunikan* kepada *komunikator.*
b) Penyampaian ajaran Islam tersebut berupa *amar ma'ruf* (ajakan kepada kebajikan), dan *nahi mungkar* (mencegah kemaksiatan atau kemungkaran).
c) Usaha tersebut dilakukan secara sadar dengan tujuan terbentuknya suatu individu atau masyarakat yang taat dan mengamalkan sepenuhnya seluruh ajaran Islam.

Dakwah berfungsi untuk mempengaruhi dan bisa mengajak manusia supaya mengikuti atau menjalankan ideologi terhadap orang yang mengajak. Sedangkan pengajak atau *da'i* sudah barang tentu memiliki tujuan yang hendak dicapainya.

Proses dakwah tersebut akan mencapai tujuan yang efektif dan efisien, apabila *da'i* mampu mengorganisir komponen-komponen atau unsur dakwah secara baik dan tepat, salah satu komponennya adalah media dan komuniksi dakwah.[8]

[8] Jamaluddin Kafie, *Psikologi Dakwah* (Surabaya: Indah, 1993), hal, 35-36.

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

Pesan dakwah adalah setiap pesan komunikasi yang mengandung muatan nilai-nilai keilahian, ideologi, dan kemaslahatan baik secara tersirat maupun tersurat.[9]

Pesan dakwah dalam penelitian ini merupakan segala sesuatu yang disampaikan oleh komunikator (Indofood) yang memiliki dimensi komunikasi informasi yang bisa dilihat langsung, sekaligus di internalisasikan dengan mengandung pengertian, dan mengandung unsur-unsur dakwah Islamiyah.

Pesan yang ada pada kemasan tersebut juga menyangkut persoalan bagaimana menginformasikan, mengkomunikasikan, dan menginternalisasikan nilai-nilai Islam, sehingga pola fikir dan pola prilaku masyarakat bisa menjadi lebih Islamiyah. Dan tentunya tak lepas dari tujuan dari mencantumkan teks buanglah sampah pada tempatnya tersebut. Yaitu kebersihan lingkungan, yang dapat dilakukan dengan cara membuang sampah pada tempatnya atau memanfaatkannya kembali limbah sampah tersebut.

2. Macam-Macam Pesan Dakwah

Sebenarnya pesan dakwah Islam tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai.[10] Keseluruhan pesan yang lengkap dan luas akan menimbulkan tugas bagi *da'i* untuk memilih dan menentukan materi dakwah sehingga dapat disesuaikan dengan memperhatikan

[9] Aep Kusnawan, *Komunikasi Penyiaran Islam,* (Bandung: Benang Merah Press, 2004), hal. 4
[10] Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah*……..... hal. 60.

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

situasi kondisi dan waktu yang ada. Dan juga harus diadakan prioritas-prioritas mana yang wajib disampaikan dan mana yang sunnah diberikan.[11]

M. Ali Aziz dalam bukunya Ilmu Dakwah mengelompokkan tema pesan dakwah menjadi tiga bagian.[12] Yaitu :

1) Tentang keimanan *(Aqidah)*.

Kata aqidah berasal dari bahasa arab *aqidah,* yang bentuk jama'nya adalah *aqa'id* dan berarti *faith, belief* (keyakinan dan kepercayaan).

Namun menurut Louis Ma'luf adalah *ma uqida 'alayh al-qalb wa al-dlamir,* yang artinya sesuatu yang mengikat hati dan perasaan.[13]

Berdasarkan pengertian akhlaq secara *etimologi* di atas, bisa disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan *aqidah* ialah keyakinan atau keimanan; dan hal itu diistilahkan dengan aqidah karena ia mengikat hati seseorang kepada sesuatu yang diyakini, dan ikatan tersebut tidak boleh dilepaskan selama hidupnya. Inilah makna asal "*aqidah*" yang merupakan deviasi dari kata *'aqada-ya'qidu iqqdan*' yang artinya mengikat.

Aqidah Menurut Muhammad Syaiful, adalah merupakan sisi teoritis yang harus pertama kali diyakini dengan sebuah

[11] Mahfud Syamsul Hadi dkk, *Rahasia Keberhasilan Dakwah* (Surabaya: Ampel Suci, 1994), hal. 122-123,
[12] Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*……... hal. 332.
[13] Study Islam IAIN Supel Surabaya, *Pengantar Study Islam* (Surabaya: IAIN Supel Surabaya, 2005), hal. 75.

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

keyakinan yang benar-benar serius dan mantab tanpa adanya keraguan sedikitpun.

Aqidah dalam Islam bersifat *I'tiqad bathini* yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman.[14] Secara garis besar, aqidah tersendiri bisa dikelompokan menjadi enam bagian, yaitu :

a) Iman kepada *khaliq* (Allah).
b) Iman kepada Malaikat Allah.
c) Iman kepada kitab-kitab Allah.
d) Iman kepada Rasul-rasul Allah.
e) Iman kepada hari akhir.
f) Iman kepada *Qadla* dan *Qadar*.

Hal ini sesuai dengan beberapa ayat Al-Qur'an dan Hadits Nabi Rasulullah SAW, salah satunya adalah dalam surat QS. Al-Baqarah 285 :

ءَامَنَ ٱلرَّسُولُ بِمَآ أُنزِلَ إِلَيۡهِ مِن رَّبِّهِۦ وَٱلۡمُؤۡمِنُونَۚ كُلٌّ ءَامَنَ بِٱللَّهِ وَمَلَٰٓئِكَتِهِۦ وَكُتُبِهِۦ وَرُسُلِهِۦ لَا نُفَرِّقُ بَيۡنَ أَحَدٖ مِّن رُّسُلِهِۦۚ وَقَالُواْ سَمِعۡنَا وَأَطَعۡنَاۖ غُفۡرَانَكَ رَبَّنَا وَإِلَيۡكَ ٱلۡمَصِيرُ ٢٨٥

Artinya: Rasul Telah beriman kepada Al Quran yang diturunkan kepadanya dari Tuhannya, demikian pula orang-orang yang beriman. semuanya beriman kepada Allah, malaikat-malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya dan rasul-rasul-Nya. (mereka mengatakan): "Kami tidak membeda-bedakan antara seseorangpun (dengan yang lain) dari rasul-rasul-Nya", dan mereka mengatakan: "Kami dengar dan kami taat." (mereka berdoa): "Ampunilah kami Ya

[14] Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah*.....…....…hal.94.

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

Tuhan kami dan kepada Engkaulah tempat kembali." (QS: Al-Baqarah ayat 285).[15]

Materi pokok bagi sebuah kegiatan dakwah adalah aqidah Islamiyah, dan aspek akidah ini merupakan pembentuk moral (*akhlak*) manusia untuk hidup di dunia. Sehingga kebanyakan tema utama dari dakwah Islamiyah banyak berkisar persoalan dalam masalah akidah atau keimanan.

Secara garis besar, hal ini sesuai pula dengan hadits Rasulullah SAW, yaitu.

لاَ اِلٰهَ اِلاَّ اللهُ وَحْدَهُ لاَ شَرِيْكَ لَهُ, لَهُ الْمُلْكُ وَلَهُ الْحَمْدُ وَهُوَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ سُبْحَانَ اللهِ وَالْحَمْدُ لِلّٰهِ وَلاَ إِلَهَ إِلاَّ اللهُ وَاللهُ أَكْبَرُ وَلاَ حَوْلَ وَلاَ قُوَّةَ إِلاَّ بِاللهِ

Artinya: Tidak ada tuhan selain Allah. Zat yang maha esa. Tidak ada sekutu baginya. Dia adalah zat yang memiliki kerajaan. Segala puji baginya. Dia adalah zat yang maha kuasa atas segala sesuatu. Maha suci Allah. Segala puji bagi Allah. Tiada tuhan selain Allah. Allah maha besar. Segala daya dan upaya hanya milik Allah. (HR. al-Bukhari)[16]

Berdasarkan hadits nabi di atas, dapat disimpulkan bahwa Allah dengan segala zatnya wajib untuk diimani. Segala apa yang kita upayakan hanyalah milik Allah, dan berserah diri kepada Dia.

[15] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemah* (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006), hal. 50.
[16] Imam al-Dimyathi, *Hidup Penuh Pahala*, (Jakarta: Maghfiroh Pustaka, 2006), hal. 418.

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

2) Tentang Syari'ah

Secara bahasa, kata *syari'ah* berarti *"jalan tempat keluarnya air untuk minuman",* dan kemudian dari bangsa Arab menggunakan kata ini untuk konotasi jalan lurus.

Pada saat akan digunakan dalam sebuah pembahasan hukum, maka menjadi *"segala sesuatu yang disyari'atkan Allah kepada hamba-hamba-Nya",* sebagai jalan lurus untuk memperoleh kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat kelak.[17]

Mahmud Shaltout, menyatakan bahwa, Syari'ah adalah ketentuan-ketentuan yang ditetapkan Allah, atau hasil pemahaman atas dasar ketentuan tersebut, untuk dijadikan pegangan oleh umat manusia baik dalam hubunganya dengan Tuhan, dengan manusia (orang Islam, dan non muslim), dengan alam maupun dalam menata kehidupan sehari-hari. [18]

Pengertian yang dikemukakan Shaltout di atas telah menjelaskan dua jenis Syari'ah; yaitu ketentuan-ketentuan yang diturunkan serta dikeluarkan olah Allah dan Rasul-rasul-Nya, serta norma-norma hukum hasil kajian para ulama *Mujtahid,* baik melalui *qiyas* maupun melalui *ijtihad*. Kemudian pengertiannya juga membatasi tangan Tuhannya, dengan manusia lain, alam, dan lingkungan sosial.

[17] Study Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya, *Pengantar Study Islam*……. hal. 106.
[18] Study Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya, *Pengantar Study Islam*……..hal. 107.

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

Syari'ah yang berhubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka mentaati semua peraturan/hukum Allah guna mengatur hubungan antara manusia dengan tuhannya, dan mengatur pergaulan hidup antara sesama manusia.

Pada dasarnya, syariah adalah menebarkan nilai keadilan di antara manusia, membuat sistem hubungan yang baik antara kepentingan individual dan sosial. Secara garis besar, syariah dapat dikelompokkan sebagai berikut :

(1) *Ibadah* (dalam arti khas) meliputi :

(a) Thaharah.

(b) Sholat.

(c) Zakat.

(d) Shaum.

(e) Haji.

(2) Muamallah (dalam arti luas) meliputi:

(a) *Al-Qunun al-Khas* (Hukum Perdata).

(1) *Muamalah* (Hukum Niaga).

(2) *Munakahat* (Hukum Nikah).

(3) *Waratsah* (Hukum Waris).

(b) *Al-Qunun al-'am* (Hukum Publik):

(1) *Hinayah* (Hukum Pidana).

(2) *Khilafah* (Hukum Negara).

(3) *Jihad* (Hukum Perang dan Damai).

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

Syari'ah Islam juga mengembangkan hukum bersifat *komprehensif* di mana meliputi segenap kehidupan manusia. Kelengkapan ini mengalir dari konsep Islam tentang kehidupan manusia yang diciptakan untuk memenuhi ketentuan yang membentuk kehendak *Ilahi*. Materi dakwah yang menyajikan unsur syari'ah Islam harus dapat menggambarkan atau memberikan informasi yang jelas di bidang hukum dalam bentuk status hukum yang bersifat wajib, *mubah* (dibolehkan), *mandub* (dianjurkan), *makruh* (dianjurkan supaya tidak dilakukan), dan *haram* (dilarang).[19]

3) Tentang Masalah *Akhlaqul Karimah* (Budi Pekerti).

Akhlaq secara *etimologis* berasal dari bahasa Arab yang merupakan bentuk Jama' dari "*khuluqun*" yang artinya budi pekerti, perangai, tingkah laku, atau tabiat[20]. Namun kalimat-kalimat tersebut memiliki persamaan dengan kata "*khalqun*" yang berarti kejadian yang diciptakan.

Keterangan di atas, ada kesamaan pengertian arti kata akhlak yang mengisyaratkan bahwa akhlak tercakup juga pengertian akan adanya keterpaduan hubungan antara tuhan *(kholiq)* dengan perilaku manusia (makhluk).

Dilihat dari segi *terminologi*, ada beberapa pakar yang telah mendefinisikan tentang akhlak, antara lain :

[19] Muhammad Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta, Prenada Media, 2006) hal. 27.
[20] Muhammad Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*……hal. 28.

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

Menurut Abd Al-Karim Zaidan adalah Akhlak merupakan kumpulan dari nilai-nilai dan sifat-sifat yang tertanam dalam jiwa, yang dengan sorotan dan timbangannya seseorang dapat menilai perbuatannya baik atau buruk untuk kemudian harus melakukan atau meninggalkannya.[21]

Pada buku "manajemen dakwah" Muhammad Munir dan Wahyu Ilaihi mengatakan, bahwa pembahasan akhlak berkaitan dengan masalah tabiat atau kondisi temperatur batin yang mempengaruhi perilaku manusia.[22]

Secara garis besar akhlak meliputi tiga hal, yaitu:

a) Akhlaq terhadap Allah, akhlak ini tidak bertolak pada pengakuan dan kesadaran bahwa tiada Tuhan selain Allah.
b) Akhlak terhadap manusia, yang meliputi :
   (1) Diri sendiri.
   (2) Tetangga.
   (3) Masyarakat lainya.
c) Akhlaq terhadap lingkungan adalah :
   (1) Flora.
   (2) Fauna.

Mengenai hal di atas, ketiganya saling berkaitan dan sangat terikat satu sama lain, karena memang tidak dapat dipisahkan meski bisa untuk dibedakan.

[21] Abd Al-Karim Zaidan, *Pengantar Study Islam* (Surabaya: IAIN Supel Press, 2005), hal. 109.
[22] Muhammad Munir, Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*……hal. 28.

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

3. Macam-Macam Dakwah

Pada garis besarnya, bentuk dakwah ada tiga, yaitu : Dakwah Lisan (da'wah bi al-lisan), Dakwah Tulis (da'wah bi al-qalam) dan Dakwah Tindakan (da'wah bi al-hal). Berdasarkan ketiga bentuk dakwah tersebut maka metode dan teknik dakwah dapat diklasifikasi sebagai berikut.

1. Metode Ceramah

   Metode ceramah atau muhadlarah atau pidato ini telah dipakai oleh semua Rasul Allah dalam menyampaikan ajaran Allah. Sampai sekarang pun masih merupakan metode yang paling sering digunakan oleh para pendakwah sekalipun alat komunikasi modern telah tersedia.

   Umumnya, ceramah diarahkan kepada sebuah public, lebih dari seorang. Oleh sebab itu, metode ini disebut public speaking (berbicara di depan publik). Sifat komunikasinya lebih banyak searah (monolog) dari pendakwah ke audiensi, sekalipun sering juga diselingi atau diakhiri dengan komunikasi dua arah (dialog) dalam bentuk tanya jawab. Umumnya, pesan-pesan dakwah yang disampaikan dengan ceramah bersifat ringan, informative, dan tidak mengundang perdebatan. Dialog yang dilakukan juga terbatas

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

pada pertanyaan, bukan sanggahan. Penceramah diperlakukan sebagai pemegang otoritas informasi keagamaan kepada audiensi.

2. Metode Diskusi

Diskusi sebagai metode dakwah adalah bertukar pikiran tentang suatu masalah keagamaan sebagai pesan dakwah antar beberapa orang dalam tempat tertentu. Dalam diskusi, pasti ada dialog yang tidak hanya sekadar bertanya, tetapi juga memberikan sanggahan atau usulan. Diskusi dapat dilakukan dengan komunikasi tatap muka, ataupun komunikasi kelompok.

3. Metode Konseling

Konseling adalah pertalian timbal balik di antara dua orang individu di mana seorang (konselor) berusaha membantu yang lain (klien)untuk mencapai pengertian tentang dirinya sendiri dalam hubungannya dengan masalah-masalah yang dihadapinya pada saat ini dan pada waktu yang akan datang. Metode konseling merupakan wawancara secara individual dan tatap muka antara konselor sebagai pendakwah dan klien sebagai mitra dakwah untuk memecahkan masalah yang dihadapinya. Seseorang yang merasa kurang percaya diri, merasa kurang puas, kurang bermakna, merasa dikucilkan lingkungan, sedang ada konflik dengan teman dekat dan masalah-masalah lainnya, ia bisa datang ke konselor.

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

4. Metode Karya Tulis

Metode ini termasuk dalam kategori dakwah bi al-qalam (dakwah dengan karya tulis). Tanpa tulisan, peradaban dunia akan lenyap dan punah. Kita bisa memahami Al-Qur'an, hadis, fikih para Imam Mazhab dari tulisan yang dipublikasikan. Ada hal-hal yang memengaruhi efektivitas tulisan, antara lain : bahasa, jenis huruf, format, media, dan tentu saja penulis serta isinya. Tulisan yang terpublikasi bermacam-macam bentuknya, antara lain : tulisan ilmiah, tulisan lepas, tulisan stiker, tulisan spanduk, tulisan sastra, tulisan terjemah, tulisan cerita, dan tulisan berita.

Metode karya tulis merupakan buah dari keterampilan tangan dalam menyampaikan pesan dakwah.

5. Metode Pemberdayaan Masyarakat

Salah satu metode dalam *dakwah bi al-hal* (dakwah dengan aksi nyata) adalah metode pemberdayaan masyarakat, yaitu dakwah dengan upaya untuk membangun daya, dengan cara mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya dengan dilandasi proses kemandirian. Metode ini selalu berhubungan antara tiga aktor, yaitu masyarakat (komunitas), pemerintah, dan agen (pendakwah).

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

6. Metode Kelembagaan

Metode lainnya dalam *dakwah bil al hal* adalah metode kelembagaan yaitu pembentukan dan pelestarian norma dalam wadah organisasi sebagai instrument dakwah. Untuk mengubah perilaku anggota melalui institusi umpamanya, pendakwah harus melewati proses fungsi-fungsi manajemen yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*) dan pengendalian (*controlling*).

4. Pertimbangan Memilih Pesan Dakwah

Pesan dakwah (Iman, Islam, Ihsan) adalah materi dasar yang dapat diperluas dengan materi lain yang mengandung dan memperdalam materi dasar tersebut, seperti kisah para Nabi dan Rasul, para syuhada dan sholihin, serta hasil ijtihad para ulama, dan hasil penelitian pakar yang berhubungan dengan materi dasar tersebut termasuk juga doa-doa dan sebagainya.

Pada operasionalnya pemilihan pesan dakwah harus sesuai dengan keadaan. Namun adakalanya masih terdapat komunikator yang tidak menyadari bahwa pesan yang disampaikannya itu tidak berkaitan dengan komunikan, dan komunikan tidak merasa berkepentingan sehingga komunikasi tidak berjalan responsif. Oleh karena itu, dalam merencanakan sebuah pesan dakwah harus diperhatikan hal-hal sebagai berikut: [23]

[23] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 99

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

a) Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.
b) Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama dapat mengerti.
c) Pesan harus dapat membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan, dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebetuhan itu.
d) Pesan harus menyarankan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Yang menjadi pesan pada penelitian ini adalah teks buanglah sampah pada tempatnya pada kemasan makanan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry. Pesan yang disampaikan dikemas dengan apik tanpa ada unsur yang menyinggung umat beragama lainnya.

B. Kemasan

a. Pengertian Kemasan

Kemasan adalah suatu konsep fungsional sebatas untuk melindungi barang atau mempermudah barang untuk dibawa. [24].

[24] http://*klubdisainer.blogspot.com/2009/10/kemasan.htm*l diakses 17 Juli 2010

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

Kemasan sebagai alat pelindung produk yang dikemas serta memudahkan pemindahan sekaligus sebagai alat promosi, dituntut untuk tampil baik dan dapat memenuhi syarat yang diperuntukkannya. Di samping mutu, penggunaan bahan baku yang tepat dan ramah lingkungan serta mudah diolah kembali pun menjadifaktor desain yang sangat menentukan. [25]

b. Fungsi Kemasan

Ada beberapa fungsi dari kemasan yang biasa kita pakai, diantaranya:

1). Pengaman

Melindungi produk terhadap berbagai kemungkinan yang dapat menjadi penyebab timbulnya kerusakan barang, misalnya: cuaca, sinar, jatuh, tumpukan, kuman, serangga, dan iain-lain.

2). Pendistribusian

Mudah didistribusikan dari pabrik ke distributor atau pengecer sampai ke tangan konsumen. Di tingkat distributor atau pengecer, kemudahan penyimpanan dan pemajangan perlu dipertimbangkan.

3). Komunikasi

Sebagai media komunikasi yang menerangkan atau mencerminkan produk, citra merek, dan juga sebagai bagian dari promosi, dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami, dan diingat.

[25] http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:vgXFOEDpj3kJ:www.fsrd.itb.ac.id/wp-content/uploads/Kemasan diakses 17 Juli 2010

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

4). Identitas

Secara keseluruhan, kemasan harus berbeda dengan kemasan lain, yakni memiliki identitas produk agar mudah dikenali dan membedakannya dengan produk-produk yang lain.

5). Ergonomi

Agar kemasan mudah dibawa/ dipegang, dibuka, dan mudah diambil/dihabiskan isinya. [26]

c). Jenis-Jenis Kemasan

1). PET : Singkatan dari Poly Ethylene Theraphalate, berfungsi untuk mengemas produk yang membutuhkan perlindungan ekstra terhadap udara.

2). Nylon : Merupakan gabungan dari PET dan OPP, berfungsi untuk mengemas produk yang membutuhkan perlindungan ekstra terhadap udara dan kelembaban.

3). OPP : Singkatan dari Oriented Poly Propylene, berfungsi untuk mengemas produk yang membutuhkan perlindungan ekstra terhadap kelembaban.

[26] http://*klubdisainer.blogspot.com/2009/10/fungsi kemasan.html* diakses 17 Juli 2010

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

4). PVC : Singkatan dari Poly Vinyl Citrid, mengeluarkan gas beracun bila terkena panas, sehingga penggunaannya untuk poduk pangan hanya diijinkan untuk kemasan luar saja.

5). PO : Singkatan dari Poly Olyvin, fungsinya hanya untuk tampilan keindahan pada kemasan.Warnanya yang bening dan sangat transparan, menghasilkan efek kilap

6). PE : Singkatan dari Poly Ethylene, fungsinya dalam dunia kemasan terkenal sebagai seal layer-lapisan perekat.

7). PP : Singkatan dari Poly Propylene, fungsinya dalam dunia kemasan sering dipakai untuk pelapis bahan kemasan lainnya, sebagai seal layer, maupun sebagai kemasan yang berdiri sendiri.

C. Analisis Semiotik

Secara etimologis istilah “semiotik” berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti “tanda” atau seme, yang berarti penafsiran “tanda”. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. "Tanda " pada masa itu masih bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain. Contohnya, asap menandai adanya api.

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

Secara terminologi semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda.

Analisis semiotik adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang kita pakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia.

Semiotik, atau dalam istilah Barthes, semiotik pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal *(things*). Memaknai dalam hal ini tidak dapat dicampur adukkan dengan mengkomunikasikan. Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi,dalam hal mana objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda.

Lechte mendefinisikan semiotik adalah teori tentang tanda dan penanda lebih jelasnya lagi semiotik adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana *signs* 'tanda-tanda' dan berdasarkan pada *sign system* (code) sistem tanda. Sedangkan menurut Chaarles Sanders Peirce semiotik adalah suatu hubungan di antara tanda, objek, dan makna.[27]

Perlu kita garisbawahi dari berbagai definisi di atas, bahwa para ahli melihat semiotik atau semiosis itu sebagai ilmu atau proses yang berhubungan dengan tanda.

[27] Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi,* (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2006), h.16

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

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

1. *Semiotik analitik*, yakni semiotik yang menganalisis system tanda. Peirce menyatakan bahwa semiotik berobjekan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, objek, dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu kepada objek tertentu.
2. *Semiotik deskriptif*, yakni semiotik yang memperhatikan system tanda yang *dapat* kita alami sekarang, meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap seperti yang di saksikan sekarang.misalnya langit yang mendung menandakan bahawa hujan tidak lama lagi akan turun.
3. *Semiotik faunal* (*zoosematic*), yakni semiotik yang khusus memperhatikan *system* tanda yang di hasilkan oleh hewan.
4. *Semiotik cultural*, yakni semiotik yang khusus menelaah system tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu.telah diketahui bahwa masyarakat sebagai mahluk sosial memiliki budaya tertentu yang telah turun-temurun di pertahankan dan dihormati. Budaya yang terdapat dalam masyarakt yang juga merupakan system itu, menggunakan tanda-tanda tertentu yang membedakan dengan masyarakat yang lain.
5. *Semiotik naratif*, yakni semiotik yang menelaah system tanda dalam narasi yang berjudul mitos dan cerita lisan (*folklore*). Telah diketahui bahwa mitos dan cerita lisan, ada di antaranya memiliki nilai cultural tinggi.

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

6. *Semiotik natural*, yakni semiotik yang khusus menelaah system tanda yang *dihasilkan* oleh alam. Air sungai yang keruh menandakan di hulu sungai telah turun hujan.
7. *Semiotik normatif*, yakni semiotik yang khusus menelaah system tanda yang di buat oleh manusia yang berwujud norma-norma. Seperti rambu-rambu lalu lintas.
8. *Semiotik sosial*, yakni semiotik yang khusus menelaah system tanda yang *dihasilkan* oleh manusia yang berwujud lambang, baik lambang berwujut kata maupun lambang berwujut kata dalam satuan yang disebut kalimat.
9. *Semiotik Structural*, yakni semiotik yang khusus menelaah system tanda yang *dimanefestasikan* melalui struktur bahasa.

Semenjak kemunculan tokoh-tokoh dalam bidang semiotik, setidaknya memberi warna tersendiri dalam pengkajiannya. Bidang kajian ini telah menjamur dalam khasanah keilmuan mahasiswa terlebih dalam penelitian-penelitian yang berkaitan dengan semiotik.

Salah satu semiotik yang terkenal dengan teori tanda adalah Charles Shanders Peirce sejak kemunculan Ferdinand de Saussure. Dan semiotik menitikberatkan pada studi tentang tanda dan segala yang berkaitan dengannya.

Tujuan dari analisis semiotik adalah berupaya menemukan makna tanda termasuk hal-hal yang tersembunyi di balik sebuah tanda (teks, iklan, berita). Karena system tanda sifatnya amat kontekstual dan bergantung pada pengguna tanda tersebut. Pemikiran pengguna tanda merupakan hasil

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

pengaruh dari berbagai konstruksi sosial di mana pengguna tanda tersebut berada. Misalnya, kita dapat menanyakan: "mengapa iklan mobil menampilkan model cewek yang duduk di atas mobil?; apa makna sosial lirik lagu?;" dan sebagainya.

D. Charles Sanders Peirce

Peirce merupakan seorang filsuf Amerika (1839-1914). Ia menuturkan tanda adalah yang mewakili sesuatu bagi seseorang, oleh karena itu tanda mempunyai arti penting dalam komunikasi, tanda dapat diwujutkan dalam simbol atau tanda.

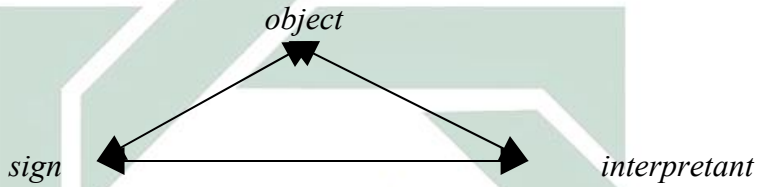
Pierce mengusulkan kata semiotik sebagai sinonim kata logika. Menurut Peirce, logika harus mempelajari bagaimana orang bernalar. Penalaran itu, menurut hipotesis teori Peirce yang mendasar dilakukan melalui tanda-tanda. Tanda-tanda memungkinkan kita berpikir, lalu berhubungan dengan orang lain, dan memberi makna pada apa yang ditampilkan oleh alam semesta. Peirce memusatkan perhatian pada fungsi tanda pada umumnya. Peirce menghendaki agar teorinya yang bersifat umum ini dapat diterapkan pada segala macam tanda. Untuk mencapai tujuan tersebut, ia menciptakan kata-kata baru yang ditemukannya sendiri yakni semiotik. Dari penggunaan kata-kata inilah ahli semiotik dan kubu Peirce dapat dikenali.

Charles Sanders Peirce, terkenal karena teori tandanya. Ia mengungkapkan tiga elemen dalam model semiotiknya, yaitu *triangle meaning* (teori segi tiga makna) Peirce yang terdiri atas *sign* (tanda), *object*

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

(objek), dan *interpretant* (interpretan). Menurut Peirce, salah satu bentuk tanda adalah kata. Sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda. Sementara interpretan adalah tanda yang ada di benak seseorang tentang objek yang di rujuk sebuah tanda. Hubungan segitiga makna Peirce lasimnya ditampilkan sebagai berikut: [28]

Gambar 1



Menurut Charles Sanders Peirce semiotik adalah suatu hubungan di antara tanda, objek, dan makna.

a) Tanda (*sign*)

Tanda adalah sesatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain diluar tanda itu sendiri. Acuan tanda ini disebut objek.

b) Acuan Tanda / objek (*object*)

Objek adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang di rujuk tanda.

c) *Pengguna* Tanda (*interpretant*)

[28] Alex Sobur, *Analisis Teks Media,* (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2006), h.114-115

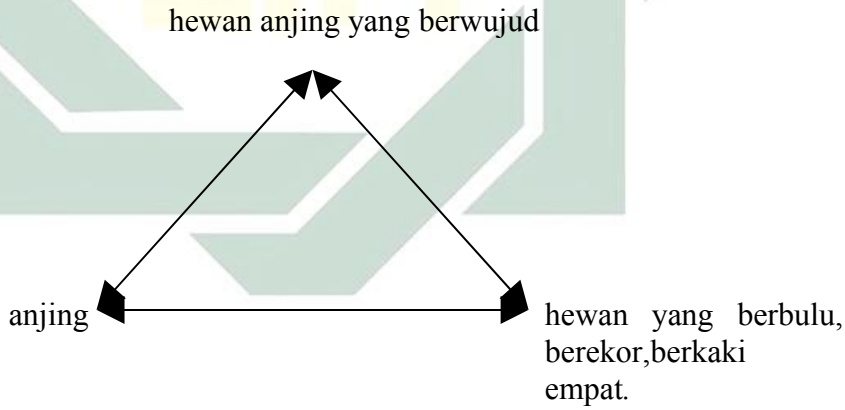
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Interpretan adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkanya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda.[29]

Contoh dari penggunaan tiga elemen Peirce adalah kata ANJING disebut. Dibenak khalayak muncul sosok hewan berbulu, berekor, dan menggonggong, sosok hewan yang akan mendekat bila disodori tulang dan sebagainya. Tanda adalah kata ANJING, objek asli adalah hewan anjing yang berwujud dan sesuai pemahaman khalayak, interpretan adalah konsep hewan berbulu, berekor, dan sebagainya.

Jika diungkapkan dalam tiga elemen menurut Charles Sanders Peirce adalah

Gambar 2



Peirce mengemukakan semiotik berusaha memahami dunia sebagai system hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut dengan tanda (*sign*). Ilmu ini juga mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu tanda.

[29] Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi,* (Jakarta, Prenada Media, 2006), h.265

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

Tanda (*sign*) adalah sesuatu yang atas dasar konvensi social yang terbangun sebelumnya dapat dianggap mewakili sesuatu yang lainnya.

Pada teori tersebut, sebagaimana Peirce menggagas bentuk tanda adalah kata. Jadi yang menjadi tanda (*sign*) di sini adalah pesan pada kemasan makanan, yang memfokuskan teks buanglah sampah pada tempatnya. Teks buanglah sampah pada tempatnya tersebut menjadi tanda dalam pesan dakwah yang berada pada kemasan makanan.

Objek (*object*) adalah sesuatu yang menjadi rujukan tanda, dan yang menjadi objek di sini adalah Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry.

Sementara interpretan (*interpretant*) adalah tanda yang ada dalam benak seseorang. Jadi yang menjadi interpretan adalah para konsumen, publik, maupun masyarakat yang terkait dengan Indofood dan peneliti.

Interpretan inilah yang menjadi hal terpenting bagi perusahaan yang menambahkan teks buanglah sampah pada tempatnya dengan gambarnya. Tentunya pemberian teks tambahan buanglah sampah pada tempatnya dan gambarnya ini tidak sebatas pemberian teks dan gambar, melainkan ada sebuah unsur kesengajaan bagi perusahaan, terutama Indofood yang menambahkan teks tersebut. Dan pemberian teks buanglah sampah pada tempatnya serta gambarnya ini mampu memberi warna bagi konsumen dalam artian penafsiran.

Buanglah sampah pada tempatnya dan gambarnya merupakan tanda. Dan tentunya tanda sarat makna di dalamnya. Yakni tidak sekadar

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

gambar tambahan teks semata melainkan lebih dari itu, dan tentunya berisi dengan nilai kemanusiaannya (*human interest*) dari para pembuatnya.

Inilah yang mendasari bahwa manusia selayaknya sebagai makhluk sosial atas tanda yang diciptakannya. Dan tanda ini mampu diakulturasikan dalam berkomunikasi dengan komunikan atau interaksi serta mampu dijadikan alat untuk propaganda kepada seseorang maupun public. Teks dan gambarnya merupakan inisiatif seseorang yang melatarbelakangi atas pikiran, gagasan, ideologi, serta sikap-sikap.

Bukan sekadar itu, teks ini mampu mengubah persepsi seseorang. Jika dalam penafsirannya, seseorang mempunyai daya penafsiran yang berbeda dengan sesama. Bahkan adanya gambar dan teks bunglah sampah pada tempatnya mampu memberi reaksi yang berupa perbuatan lain yang terkait. Dan justru menimbulkan efek komunikasi.

Konsep dasar dari Peirce, terutama yang berhubungan dengan kategori tanda (*sign*) dan kemungkinan aplikasinya secara sederhana, memang menarik siapapun dari lintas disiplin ilmu apapun untuk dipelajari. Tulisan-tulisan Peirce lebih bersifat umum, tetapi mendasar untuk konsep tanda.

Teori dari Peirce menjadi *grand theory* dalam semiotik. Gagasannya bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua sistem penandaan. Peirce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali semua komponen dalam struktur tunggal. Semiotik ingin membongkar bahasa secara keseluruhan seperti ahli fisika

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

membongkar sesuatu zat dan kemudian menyediakan model teoritis untuk menunjukkan bagaimana semuanya bertemu di dalam sebuah struktur.

Pemahaman akan struktur semiotik menjadi dasar yang tidak bisa ditiadakan bagi penafsir dalam upaya mengembangkan pragmatisme. Seorang penafsir adalah yang berkedudukan sebagai peneliti, pengamat, dan pengkaji objek yang dipahaminya. Dalam mengkaji objek yang dipahaminya, seseorang penafsir yang jeli dan cermat, segala sesuatunya akan dilihat dari jalur logika, yakni:

1) Hubungan penalaran dengan jenis penandanya:

a) *Qualisigns* adalah suatu kualitas yang merupakan tanda , walaupun pada dasarnya ia belum dapat menjadi tanda sebelum mewujud. Atau tanda-tanda yang merupakan tanda berdasarkan suatu sifat. Contohnya ialah sifat "merah". Merah mungkin dijadikan suatu tanda. Merah merupakan suatu *qualisigns,* karena merupakan tanda pada bidang yang mungkin. Agar benar-benar berfungsi sebagai tanda, *qualisigns* itu harus memperoleh bentuk. Jadi, *qualisigns* yang murni pada kenyataannya tidaklah ada. Maka, merah digunakan sebagai tanda.

b) *Sinsign* adalah tanda yang merupakan tanda atas dasar *tampilannya* dalam kenyataan. Semua pernyataan individual yang tidak dilembagakan dapat merupakan *sinsign*. Sebuah jeritan bisa berati kesakitan, keheranan, langkah kakinya, tertawanya, nada dasar dalam

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

suaranya. Semua itu adalah *sinsign.* Metafora yang digunakan satu kali adalah *sinsign.*

c) *Legisign* adalah tanda-tanda yang merupakan tanda atas dasar suatu peraturan yang berlaku umum, sebuah konvensi, sebuah kode. Tanda-tanda lalu lintas merupakan *legisign.* Hal itu dapat juga dikatakan dari gerakan isyarat tradisional, seperti mengangguk 'ya', mengerutkan alis, berjabat tangan, dan sebagainya. Semua tanda bahasa merupakan *legisign,* karena bahasa merupakan kode. Setiap *legisign* mengimplikasikan sebuah *sinsign*.[30]

2) Hubungan kenyataan dengan dasarnya:

a) Ikon, merupakan tanda yang didasarkan pada keserupaan atau kemiripan di antara representamen dan objeknya, entah objek itu betul-betul eksis atau tidak. Akan tetapi, sesungguhnya ikon tidak semata-mata mencakup citra-citra "realistis" seperti pada foto atau lukisan, melainkan juga pada grafis, skema, peta geografis, persamaan-persamaan matematis, bahkan metafora.

b) Indeks merupakan tanda yang memiliki kaitan fisik, eksistensial, atau kausal di antara representamen dan objeknya sehingga seolah-olah akan kehilangan karakter yang mejadikannya tanda jika objeknya dihilangkan atau dipindahkan. Indeks bisa berupa hal-hal semacam zat

[30] Alex Sobur, *Analisis Teks Media,* (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2006), h.97-98

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

atau benda material, asap, (asap adalah indeks dari adanya api), gejala alam (jalan becek adalah indeks dari adanya air) Indekspun terwujud dan teraktualisasi di dalam kata penunjuk (demonstratif) seperti ini, itu, disini, disitu, dan seterusnya; gerak-gerik (gesture) seperti jari telunjuk yang menuding; serta berbagai tanda visual lain. Dalam lukisan garis-garis juga menjadi bagian dari indeks.

c) Lambang adalah. Suatu tanda dimana hubungan antara tanda dan acuannya merupakan hubungan yang sudah terbentuk secara konvensional. Lambang ini adalah tanda yang di bentuk karena adanya consensus dari para pengguna tanda. Misalnya, mawar merah bagi masyarakat Indonesia adalah lambang berani, mungkin di Negara lain artinya berbeda.[31]

3) Hubungan pikiran dengan jenis penandanya:

a) *Rheme* adalah suatu tanda kemungkinan kualitatif, yakni tanpa apapun yang tidak betul dan berdiri sendiri adalah rema, bahkan nyaris semua kata tunggal dari kelas kata apapun, entah kata kerja, kata sifat, dan sebagainya adalah rema pula, kecuali tanda ya dan tidak atau benar dan salah.

b) Tanda disen atau *decisign* adalah tanda eksistensi aktual, suatu tanda yang biasanya berupa sebuah proposisi. Sebagai proposisi, disen adalah tanda yang bersifat inforatif. Akan tetapi, berbeda dengan

[31] Rahmat, Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi,* (Jakarta, Prenada Media, 2006), h.264.

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

rema, sebuah disen adalah betul atau salah, namun tidak secara langsung memberi alasan mengapa begitu.

c) *Argument* adalah tanda "hukum" atau kaidah, suatu tanda nalar, yang disadari oleh *leading principle* yang menyatakan bahwa peralihan dari premis-premis tertentu kepada kesimpulan tertentu adalah cenderung benar. Apabila tanda disen Cuma menegakkan eksistensi sebuah objek, maka argumen mampu membuktikan kebenarannya.[32]

E. Teori Makna Altson

Peneliti juga menekankan pada semiotik ini dengan teori makna yang dikemukakan oleh Altson. Altson mencakup teori makna dalam tiga kategori. Diantaranya: teori acuan (*referential theory*), teori ideasi (*idensional theory*), dan teori tingkah laku (*behavioral theory*).[33]

Pertama, teori acuan (referential *theory*) merupakan salah satu teori makna yang mengenali atau mengidentifikasi makna suatu ungkapan dengan apa yang diacunya atau dengan hubungan acuan itu.

Referen atau acuan boleh saja benda, peristiwa, proses, atau kenyataan. Referen adalah sesuatu yang ditunjuk oleh lambang tersebut. Jadi, kalau seseorang mengatakan sungai, maka yang ditunjuk oleh lambang tersebut, yakni tanah yang berlubang lebar dan panjang tempat air mengalir

[32] Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi,*…….. h.43.
[33] Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi,*…….. h.259.

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

dari hulu ke danau atau laut. Kata sungai langsung dihubungkan dengan acuannya, tidak mungkin timbul asosiasi yang lainnya. Bagi mereka yang sudah pernah melihat sungai, atau pernah mandi di sungai, sudah barang tentu mudah memahami apa yang dimaksud dengan sungai.

Teori ini menemukan suatu cara yang mudah dalam mengartikan sebuah makna. Indikasinya seolah-olah memberikan suatu jawaban atau pemecahan yang sederhana yang mudah diterima menurut cara berpikir alamiah terkait masalah makna.

Kedua, teori ideasi (*idensional theory*) merupakan salah satu jenis teori makna yang mengenali dan mengidentifikasi makna ungkapan tersebut dengan gagasan-gagasan yang berhubungan dengan ungkapan tersebut. Dalam hal ini, teori ideasi menghubungkan makna atau ungkapan dengan suatu ide atau representasi psikis yang ditimbulkan kata atau ungkapan tersebut pada kesadaran.

Ketiga, teori tingkah laku (*behavioral theory*), merupakan salah satu jenis teori makna mengenai makna suatu kata atau ungkapan bahasa dengan rangsangan-rangsangan (stimulus) yang menimbulkan ucapan tersebut, dan atau tanggapan-tanggapan (response) yang di timbulkan oleh ucapan tersebut. Teori ini menanggapi bahasa sebagai macam kelakuan yang mengembalikannya kepada stimulus dan respon. Makna menurut teori ini merupakan rangsangan untuk menimbulkan perilaku tertentu sebagi respon kepada rangsangan itu tadi.

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

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian tentang analisis semiotik di Indonesia terlalu banyak di geluti oleh mahasiswa terutama para ahli. Salah satunya yang terdapat di perpustakaan Iain Sunan Ampel Surabaya. Dari tempat tersebut, peneliti menemukan hasil penelitian-penelitian tentang analisis semiotik diantaranya:

1 Zainudin Nur Rachman, mahasiswa fakultas dakwah prodi ilmu komunikasi (2004, mengambil judul skripsi makna simbol "suporter persebaya") peneliti mencoba menganalisis tentang simbol "suporter persebaya" yang digambarkan orang berteriak (semangat) dan mengunakan ikat kepala bertulisan pesebaya dengan menganalisis simbol tersebut kepada masyarakat.

2 Khorij Zaenal Asrori mahasiswa fakultas dakwah prodi ilmu komunikasi 2008, mengambil judul skripsi (makna pesan foto berita harga pakan unggas pada harian kompas edisi 27 April 2007) peneliti mencoba menganalisis tentang makna pesan foto unggas yang berada di Koran kompas.

3 Elviras mahasiswa prodi komunikasi 2008, mengambil judul skripsi Analisis Semiotik Makna Nasionalisme Pada Film "Naga Bonar Jadi Dua" Karya Deddy Mizwar. peneliti mencoba menganalisis makna nasionalisme pada film naga bonar jadi dua.

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

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Guna mengungkap realita sosial yang ada dalam usaha untuk memaknai sebuah pesan buanglah sampah pada tempatnya dalam kemasan makanan. Sebagai seseorang peneliti maka dalam penelitiannya harus menggunakan jenis dan metodologi penelitian.

Dengan metodologi penelitian, peneliti akan dapat secara bertahap melalui sebuah prosedur penelitian yang ditetapkan, akan menghasilkan pendeskriptifan data, sehingga kemudian akan diarahkan pada latar dan individu secara *holistic* yang disebut dengan kualitatif.

Metodologi penelitian di sini adalah merupakan sebuah proses dan prosedur yang harus dilakukan oleh semua pihak yang akan melakukan sebuah penelitian guna mengungkap fenomena pesan buanglah sampah pada tempatnya pada kemasan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry.

Peneliti menggunakan pendekatan *content analisis* yang bersifat *interpretatif*, di mana peneliti nantinya akan menginterpretasikan hasil penelitiannya terhadap pesan buanglah sampah pada tempatnya pada kemasan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry.

Dilihat dari bentuk penelitian ini, maka peneliti menggunakan pendekatan analisis semiotik non kancah. Di mana analisis semiotik non kancah tersebut adalah merupakan salah satu alternatif dari analisis isi yang

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

bersifat kualitatif. Hal ini terus terang peneliti pilih lantaran objek dari penelitian ini sendiri adalah sebuah pesan yang berupa teks.

Menurut Burhan Bungin kualitatif umumnya tidak digunakan untuk mencari data dalam arti frekuensi, tetapi digunakan untuk menganalisis makna dari data yang tampak pada permukaan. Dengan demikian, kualitatif digunakan untuk memahami sebuah fakta, bukan untuk menjelaskan fakta tersebut.[1]

Sebagaimana lazimnya sebuah penelitian yang bersifat *interpretative,* peneliti dalam usahanya menggali pesan buanglah sampah pada tempatnya jika di analisis dengan semiotik. Dan untuk lebih memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian ini, maka peneliti memilih teori yang dianggap sesuai dengan penelitian, yaitu memakai teori perangkat analisis semiotik yang dirumuskan oleh Charles Sanders Peirce.

Di mana menurut Charles Sanders Peirce semiotik berangkat dari tiga elemen utama yang disebutnya sebagai teori segitiga makna atau *triagle meaning* Yaitu meliputi: [2] tanda, objek, dan interpretan.

B. Unit Analisis

Unit analisis adalah sesuatu yang berkaitan dengan fokus yang diteliti. Unit analisis merupakan suatu penelitian yang dapat berupa benda, individu, kelompok, wilayah dan waktu tertentu sesuai dengan fokus penelitiannya.

[1] Burhan Bungin, *metodologi penelitian kulitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2001) hal. 66
[2] Rahmat Kriyantono, *teknik praktis riset komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 265

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

Pada penelitian kualitatif pada dasarnya analisis data mempergunakan pemikiran logis, analisis dengan logika, dengan induksi, deduksi, analogi, komparasi, dan sejenisnya.[3]

Dalam penelitian ini unit analisisnya yakni pesan buanglah sampah pada tempatnya pada kemasan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry. Sedangkan obyek yang akan di analisa adalah berupa teks buanglah sampah pada tempatnya yang ada pada pada kemasan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry. Sehingga nantinya peneliti dapat menganalisis pesan dari teks tersebut dengan mengunakan model analisis Charles Sanders Peirce.

Peneliti memakai perangkat analisis semiotik yang dirumuskan oleh Charles Sanders Peirce. Di mana menurut Charles Sanders Peirce semiotik berangkat dari tiga elemen utama yang disebutnya sebagai teori segitiga makna atau *triagle meaning* Yaitu meliputi: tanda, objek, dan interpretan.

Dengan dibatasi pada subyek yang dikaji ini, diharapkan nantinya tidak akan melebar pada persoalan-persoalan yang jauh dari subyektifitas yang telah ditentukan tersebut. Selain itu, pentingnya penentuan unit analisis ini, agar validitas dan reabilitas benar-benar dapat terjaga.

C. Tahap-Tahap Penelitian

Sebelum melakukan proses penelitian yang lebih lanjut, maka yang perlu di lakukan oleh peneliti adalah melakukan tahapan-tahapan penelitian guna mengoptimalkan hasil dan kelancaran proses jalannya penelitian.

[3] Tatang M Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1991), hal.12

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

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti melewati beberapa tahapan yang meliputi :

a. Mencari topik yang menarik; dimana dalam periode ini peneliti mengamati dan membaca kemasan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry. serta melakukan berbagai analisa awal tentang pesan-pesan yang terkandung dalam kemasan tersebut.
b. Membuat beberapa pertanyaan terkait dengan topik dan persoalan-persoalan yang telah di analisa dari teks buanglah sampah pada tempatnya tersebut. Seperti (mengapa, bagaimana dan apa).
c. Menentukan alasan dari penelitian ini sekaligus membuat rumusan penelitian dengan mempertimbangankan topik dan tujuan penelitian.
d. Menentukan Metode Pengolahan data; dalam periode ini peneliti menentukan metode pengolahan data dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotik Charles Sanders. Peirce.
e. Klasifikasi Data; pada tahap ini, peneliti sudah melakukan identitas teks buanglah sampah pada tempatnya dan gambar. Kemudian memberikan alasan kenapa hal tersebut diklasifikasikan.
f. Analisis data; pada tahapan ini dilakukan dengan memeriksa data baik kelangkapaan, pesan yang terkandung, simbol yang dipakai serta interpretasi yang ada serta relevansinya dengan tema persoalan. Kemudian diproses berdasarkan prosedur-prosedur analisis data yang pada akhirnya menghasilkan temuan-temuan. Dan dari temuan inilah peneliti mengkonfirmasikannya dengan beberapa teori yang relevan.

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

g. Kesimpulan; tahapan ini adalah merupakan tahapan terakhir dari komplitnya penelitian ini. Pada tahap ini, peneliti dengan sendirinya menyimpulkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang paling penting dalam penelitian. Karena dengan analisis, data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian.

Tujuan analisis dalam penelitian kali ini adalah untuk menyempitkan dan membatasi temuan-temuan hingga menjadi suatu data yang teratur serta tersusun dan lebih berarti.[4] Dalam analisis data ini, peneliti merujuk pada metode analisis yang intergaratif dan lebih secara konseptual untuk menemukan, mengidentifikasi, mengolah dan menganalisis dokumen untuk memahami makna, signifikansi dan relevansinya.

Karena dalam penelitian kali ini yang menjadikan fokus utamanya adalah teks buanglah sampah pada tempatnya. maka untuk menganalisis dari teks yang ditampilkan penulis mengunakan model analisisnya Charles Sanders Peirce.

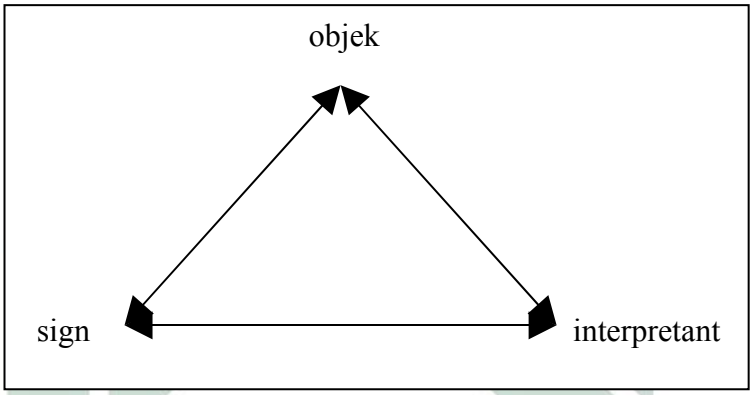
Model analisis semiotik yang peneliti pakai adalah model Charles Sanders Peirce. Dimana, menurut Charles Semiotik berangkat dari tiga elemen utama yang disebutnya sebagai teori segitiga makna atau *triagle meaning* Yaitu meliputi: [5] tanda, objek, dan interpretan.

[4] Mazuki, *Metodologi Rizet,* (Yogyakarta: PT Prasetya Widya Pratama), hal 64
[5] Rahmat Kriyanto, *Teknik praktis riset komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 265

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

Hubungan antara tanda, objek dan interpretan digambarkan oleh Charles seperti :

Gambar 3



Tanda (sign / respesentamen) mengacu pada sesuatu di luar dirinya sendiri yaitu objek, dan ini dipahami oleh seseorang dan ini memiliki efek di benak penggunanya – interpretant (efek pertandaan yang tepat)

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

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Deskripsi Obyek Penelitian

a. Gambar Buang Sampah pada Tempatnya pada Kemasan Makanan sebagai Pesan Dakwah

Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry merupakan makanan ringan produksi Chiki Snack yang beroperasi di bawah naungan PT Indofood Fritolay Makmur, sebuah perusahaan patungan dengan Pepsico.[1]

Makanan ringan yang terbuat dari campuran Jagung, beras, gula, lemak nabati, bubuk coklat, tepung susu, garam, pengemulsi nabati, perisa strawberry & susu, dan pewarna makanan ponceau Cl 16255, Karmoisin Cl 14720. Yang disulap menjadi makanan ringan berbentuk stick yang dibalut dengan coklat dan didalamnya terdapat krem strawberry. Snack ini dikemas dalam bungkus plastik berwarna latar coklat gelap dengan kombinasi warna putih, kuning, dan merah. Dijual dipasaran dengan harga perkiraan Rp 500,00.

Pada kemasan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry terdapat sertifikasi atau izin dari berbagai instansi agar konsumen mendapat informasi penting tentang makanan ringan yang akan dibeli. Seperti: label halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), BPOM RI MD : 255311078062, dan Kode Batang : 0 89686 59316 7.

[1] http//*www. Indofood.com* diakses 16 Juli 2010

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

Selain itu, kemasan ini juga mencantumkan teks tambahan sebagai himbauan produk kepada konsumen, seperti: Jagalah Kebersihan Jadikan Indonesia Bersih Dan Sehat, Baik digunakan sebelum / Best before, Kode Produksi / Production Code, dan Buang Sampah Di Tempatnya.

Himbauan buang sampah pada tempatnya beserta gambarnya pada kemasan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry menjadi daya tarik peneliti untuk dikaji. Karena banyak orang mengenal kalimat "buang sampah pada tempatnya" ini, kalimat yang sering didengungkan bahkan ditulis di banyak tempat, baik secara sederhana hingga dalam bentuk grafika yang indah untuk menggugah kesadaran orang-orang. Namun ternyata dampak dari semua itu kiranya masih jauh dari harapan. Masih banyak kalangan yang tidak mengindahkan kebersihan dan tetap berprilaku mengotori, sehingga sering menggoyahkan orang-orang yang tadinya berkomitmen untuk mewujudkan kebersihan menjadi limbung, putus asa dan akhirnya jadi masa bodoh akan kebersihan.

Sampah kini masih menjadi permasalahan bagi kita semua. Selain menimbulkan bau yang tak sedap, sampah juga merupakan sumber penyakit yang berasal dari bakteri dalam sampah yang sudah membusuk. Di Indonesia, kita dapat lihat di mana-mana banyak tumpukan sampah, baik di jalan, pasar tradisional, maupun sungai. Jika dibiarkan, tentunya akan menjadi permasalahan serius bagi masyarakat Indonesia. Sebenarnya, permasalahan sampah ini bukan hanya menjadi tugas dinas kebersihan kota. Tapi, tanggung jawab segenap masyarakat. Jika masyarakat sadar akan pentingnya membuang

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

sampah pada tempatnya, secara tidak langsung akan turut membantu pemerintah dalam menangani permasalahan sampah tersebut. Bukankah kita semua mendambakan Indonesia ini menjadi bangsa yang bersih dan indah. Karena dengan membuang sampah pada tempatnya, lingkungan akan bersih. Selain itu, dalam ajaran Islam kebersihan merupakan sebagian dari iman. Jadi, kita harus dan wajib menjaga kebersihan.

Kebersihan adalah masalah yang sangat penting dalam ajaran islam. Allah SWT adalah Dzat yang Maha Suci dan mencintai kesucian. Oleh karena itu, sebagai orang yang beriman kepada Allah berarti kita harus membiasakan diri selalu menjaga kesucian. Salah satu cara menjaga kesucian adalah dengan terus berusaha untuk menciptakan kehidupan yang bersih baik lahir, bathin dan lingkungan. Dimana dalam ajaran Islam menganjurkan menjaga kebersihan, diantaranya: kebersihan lahir, kebersihan bathin, dan kebersihan lingkungan.

Gambar dan teks Buang sampah pada tempatnya termasuk komunikasi yang berupa visual atau bahasa komunikasi yang terlingkup dalam komunikasi verbal, memiliki kekuatan yang dapat digunakan dalam menyampaikan pesan tentang gambar dan teks buanglah sampah pada tempatnya pada kemasan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry .

Kehadiran gambar tong sampah serta tiruan sampah dan teks tambahan buanglah sampah pada tempatnya dalam kemasan makanan juga menghasilkan sebuah sintesa baru. Kemasan makanan yang menambahkan gambar dan teks buanglah sampah pada tempatnya mampu menggugah

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

konsumen lebih fokus dan mampu mengartikan tersendiri dari hasil penglihatan terhadap gambar dan teks buanglah sampah pada tempatnya. Dan mampu mendeskripsikan gambar dan teks buanglah sampah pada tempatnya dengan hati nuraninya, terlepas dari efeknya.

Sehingga kemasan dengan disertai adanya gambar dan teks buanglah sampah pada tempatnya dapat memberikan nuansa tersendiri bagi konsumen dalam memperoleh informasi tentang pentingnya kebersihan.

Untuk itulah peneliti mencoba menganalisis sebuah gambar dan teks buanglah sampah pada tempatnya, mampu menghadirkan berbagai makna dan pesan yang ditujukan kepada khalayak. Bagaimana makna dan pesan yang terkandung dalam gambar dan teks buanglah sampah pada tempatnya tersebut mampu ditelan ataupun dimuntahkan konsumen saat menghadapi gambar dan teks buanglah sampah pada tempatnya dalam kemasan makanan.

Pada bagian ini, gambar dan teks buanglah sampah pada tempatnya pada kemasan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry akan ditelaah secara intrinsik dari segi sematik gambar yang disertai teks buanglah sampah pada tempatnya pada kemasan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry.

2. Sejarah Kemasan[2]

Sejak jaman batu, kemasan sudah dikenal. Pada waktu itu, kemasan digunakan untuk melindungi barang terhadap cuaca atau proses alam lainnya yang dianggap dapat merusak barang. Selain itu, kemasan juga digunakan

[2] http://www.clubdisainer.blogspot.com/kemasan. diakses 23 juli 2010

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

sebagai wadah agar barang mudah dibawa ke mana saja selama dalam perjalanan.

Selama berabad-abad, kemasan merupakan suatu konsep fungsional sebatas untuk melindungi barang atau mempermudah barang untuk dibawa dan masih terkesan seadanya. Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin maju dan semakin kompleks, barulah terjadi penambahan nilai-nilai fungsional, terutama pada abad sekarang di mana persaingan dalam dunia usaha semakin, tajam dan kalangan produsen saling berlomba merebut perhatian calon konsumen. Dengan demikian, konsep fungsional pengemasan telah menjadi bagian penting yang harus mencakup seluruh proses pemasaran dan konsepsi produk sarnpai ke pemakai akhir. Dengan menilik situasi di atas, pertimbangan-pertimbangan yang ditetapkan untuk suatu rancangan kemasan harus dilandasi pemahaman tentang:

1. karakteristik produk.
2. proses produk.
3. harga produk.
4. jalur distribusi.
5. produk pesaing.
6. sasaran pasar.
7. promosi.
8. kecenderungan mode.

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

Menurut Dr. We Chow Hou, Dekan Fakultas Administrasi Bisnis National University of Singapore, keberhasilan menjual produk sangat ditentukan oleh keterampilan untuk mengelola produk inti (*core product*), produk aktual (*actual product*), dan produk tambahan (*augmented product*), yang harus dikombinasikan sesuai lokasi dan waktu pemasarannya.
Hingga awal dekade 1980-an, menurut pakar bisnis Singapura itu, kecenderungan memilih mutu produksi inti masih sangat dominan, sehingga pertarungan strategi pemasaran terletak pada tingkat tersebut, misalnya produksi jam tangan lebih dilihat dari segi ketepatan waktu yang ditentukan akurasi mesinnya. Tetapi, kini konsumen cenderung menuntut penampilan luar, apalagi konsumen wanita. Mereka cenderung menyesuaikan warna jam tangannya dengan baju atau sepatu, tanpa peduli pada ketepatan waktu. Ini menunjukkan terjadinya pergeseran sistem nilai. Kepedulian konsumen beralih dari produksi inti ke produksi aktual, sehingga penampilan luar yang dihiasi tata warna menarik, mulai dari pembungkus hingga desain, otomatis menjadi bagian paling penting dalam pemasaran. Contoh sukses kiat pemasaran yang mengandalkan produksi aktual itu terlihat pada produksi fast-food ringan seperti Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry. Ditakar dari rnutu produksi inti, kualitas yang disajikan makanan itu belum tentu lebih baik daripada hidangan lainnya, begitu pula dari segi harganya yang terkadang malah jauh lebih mahal. Lalu mengapa omzet penjualan fast-food itu berlipat ganda? Di situlah keajaibannya, Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry mampu mengangkat harkat para konsumen hanya dengan meningkatkan mutu

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

pembungkus. Bagi produsen yang sudah berhasil menggaet konsumen pada tingkat itu, peluang melebarkan strategi pemasaran semakin terbuka. Tinggal bagaimana mempertajam penciuman tentang perubahan selera konsumen yaag juga terus digelitik berbagai produksi para pesaing.

a. **Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry**

Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry merupakan makanan ringan yang beroperasi di bawah naungan PT Indofood Fritolay Makmur, sebuah perusahaan patungan dengan Pepsico. Divisi ini memproduksi dan memasarkan merek makanan ringan moderen dengan berbagai merek terkemuka, antara lain **Chitato**, **Lays**, **Cheetos**, **Chiki** dan **JetZ**.

1). Informasi Produk Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry

Nama Produk : Chiki Snack Chocolate Stick Srawberry

Co-Branding : Indofood Fritolay Makmur

Brand Induk : Chiki Snack

Kategori : Chocolate Stick Rasa Srawberry

Jenis Produk : Makanan Ringan / Snack

Kemasan : Plastik Berat Bersih 19,5 gram Isi 2 Stik Coklat

Warna Kemasan : Kuning, Merah, Putih, Latar Coklat Gelap

Komposisi : Jagung, beras, gula, lemak nabati, bubuk coklat, tepung susu, garam, pengemulsi nabati, perisa strawberry & susu, dan pewarna

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

makanan ponceau Cl 16255, Karmoisin Cl 14720

Harga Perkiraan : Rp. 600,-

2). Foto / Gambar Produk

- Tidak Tersedia -

3). Informasi Nilai Gizi / Kandungan Nutrisi

- Tidak Tersedia -

4). Info Perusahaan

Perusahaan : PT. Indofood Fritolay Makmur Semarang 50185 Indonesia

Produsen : PT. Indofood Fritolay Makmur Semarang 50185 Indonesia

Website : www.indofood.co.id

5). Sertifikasi / Izin

Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI)

BPOM RI MD : 255311078062

Kode Batang : 0 89686 59316 7

6). Teks / Keterangan Tambahan Produk

Kebersihan Jadikan Indonesia Bersih Dan Sehat

Buang Sampah Di Tempatnya

Baik digunakan sebelum / Best before

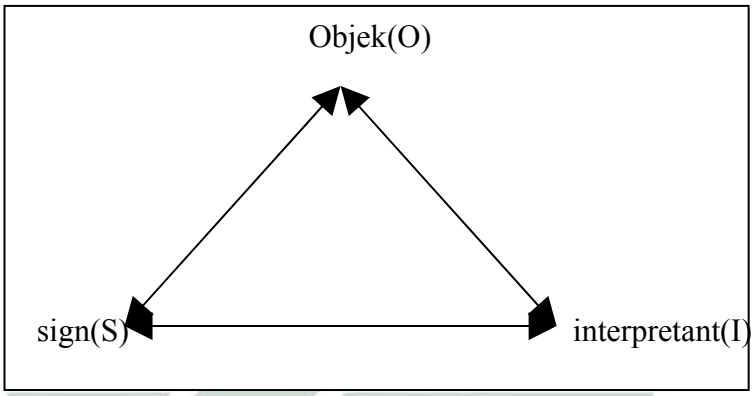
Kode Produksi / Production Code.[3]

B. Analisis Data

[3] http://www.indofood.com//chiki diakses 23 Juli 2010

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

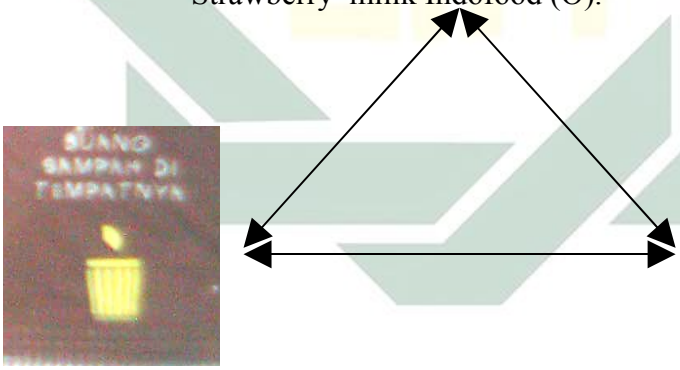
Gambar 4



Gambar 4.1

Proses Signifikasi Tahap I

Gambar bungkus kosong di atas tong sampah, dan teks buang sampah pada tempatnya pada kemasan makanan ringan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry milik Indofood (O).



Pada kemasan makanan ringan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry (S)

Produk makanan ringan ini menganjurkan konsumen untuk membuang sampah pada tempatnya(I)

<u>Penjelasan Interpretan</u>

Indofood sebagai produsen makanan ringan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry merasa atau ikut bertanggung jawab atas sampah yang dihasilkannya. Maka, produk ini mengingatkan kepada konsumen agar tidak

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

membuang bungkus kosong Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry pada sembarang tempat. Cara yang dilakukan Indofood adalah dengan mencantumkan teks tambahan buang sampah pada tempatnya pada kemasan tersebut. Dan bagi orang yang menyukai tempat bersih akan membuang sampah pada tempatnya. Karena hal ini erat kaitannya dengan masalah kesehatan. tempat yang tidak kotor adalah tempat yang sehat. Kelalaian dalam menjaga tempat yang bersih merupakan awal dari mewabahnya berbagai penyakit. Banyak wabah penyakit yang disebabkan oleh tempat yang kotor.

Menjaga semua itu dapat dimulai dari kebiasaan membuang sampah pada tempatnya, sebagimana ajaran mulia yang menyetarakan membuang sampah dengan sedekah, yang bunyinya:

اَمِطِ الاَذَى عَنِ الطَّرِيْقِ فَذَلِكَ صَدَقَةٌ (رواه البخارى)

Singkirkanlah gangguan dari jalan, karena hal tersebut merupakan sedekah.[4]

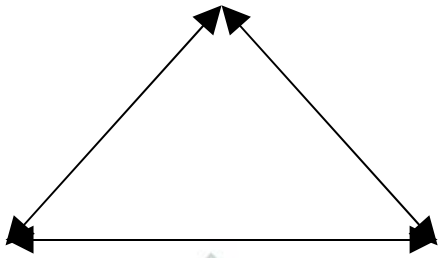
Gambar 4.2

Proses Signifikasi Tahap II

[4] Sayyid Ahmad Al-Hasyimi, *Syarah mukhtaarul ahaadiits*, Sinar baru algensindo: Bandung, 2005, hal. 177

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

Konsumen dianjurkan membuang sampah pada tempatnya(O).



Produk makanan ini menganjurkan konsumen untuk membuang sampah pada tempatnya(S)

Anjuran membuang sampah pada tempatnya mengingatkan konsumen terhadap pentingnya kebersihan(I).

Penjelasan Interpretan

"Buang sampah pada tempatnya", dapat dianggap sebuah kata-kata klasik, yang hampir semua orang pernah mendengar nasihat ini. Tapi masih juga ada yang membuang sampah tidak pada tempatnya. Sebuah slogan yang terkadang dilema. Kalau kita terlalu sering mengucapkannya, orang akan cenderung terbiasa mendengar, dan bisa jadi nasihat itu hanya akan menjadi slogan klise tanpa makna. Tapi kalau jarang disampaikan, namanya manusia, akan cenderung untuk lupa akan pentingnya "membuang sampah pada tempatnya". Dan semua kata-kata itu seperti tak ada lagi artinya.

Berbeda dengan sebagian orang yang peduli akan kebersihan, mereka mau membuang sampah pada tempatnya karena *Kebersihan Sebagian dari Iman*. Dari ungkapan itu terkandung makna bahwa menjaga kebersihan merupakan bukti atau buah keimanan seorang muslim.

Dengan membudayakan buang sampah pada tempatnya dan menjaga kebersihan dapat mempengaruhi kondisi hati seseorang, dan juga

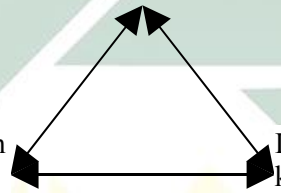
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mempengaruhi kesehatan seseorang. Apabila lingkungan seseorang bersih maka kemungkinan besar dia akan terhindar dari penyakit, sebab serangga dan bakteri penyebar penyakit jumlahnya akan lebih sedikit.

Gambar 4.3

Proses Signifikasi Tahap III

Anjuran membuang sampah pada tempatnya merupakan wujud kebersihan lingkungan(O) .



Anjuran membuang sampah pada tempatnya mengingatkan konsumen terhadap pentingnya kebersihan(S).

Islam mengajarkan tentang kebersihan diantaranya: kebersihan jasmani, rohani, dan lingkungan. Adapun cara menjaga kebersihan lingkungan yaitu dengan membuang sampah pada tempatnya(I).

Allah SWT sangat senang dengan kebersihan, termasuk kebersihan rohani, jasmani atau bahkan kebersihan lingkungan. Adapun cara yang bisa dilakukan agar kita termasuk orang- orang yang menjaga kebersihan lingkungan, salah satunya bisa dengan membuang sampah pada tempatnya. Karena dengan membuang sampah pada tempatnya akan tercipta suatu lingkungan masyarakat yang bersih dan sehat. Selain itu, dengan membuang sampah pada tempatnya masyarakat akan terhindar dari berbagai penyakit dan banjir.

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

Perintah membersihkan lingkungan, tempat tinggal dan tempat ibadah secara tersirat diperintahkan pada Nabi Ibrahim untuk selalu menjaga kebersihan Baitullah tempat beribadah, rumah Allah. Sesuai firman-Nya:

وَإِذْ بَوَّأْنَا لِإِبْرَاهِيمَ مَكَانَ الْبَيْتِ أَنْ لَا تُشْرِكْ بِي شَيْئًا وَطَهِّرْ بَيْتِيَ

لِلطَّائِفِينَ وَالْقَائِمِينَ وَالرُّكَّعِ السُّجُودِ

"Dan (ingatlah) ketika Kami memberikan tempat kepada Ibrahim di tempat Baitullah (dengan mengatakan), janganlah kamu menyekutukan sesuatu pun dengan Aku dan sucikanlah rumah-Ku ini bagi orang-orang yang thawaf, dan orang-orang yang beribadah dan orang-orang yang ruku' dan sujud. (Al- Hajj:26)

Pada bagian ini ditegaskan adanya aspek temuan penelitian yang disandingkan dengan teori-teori yang relevan. Teori yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah teori makna yang dikemukakan oleh Altson. Altson mencakup teori makna dalam tiga kategori. Diantaranya: teori acuan (*referential theory*), teori ideasi (*idensional theory*), dan teori tingkah laku (*behavioral theory*).[5]

Pertama, teori acuan (*referential theory*) merupakan salah satu teori makna yang mengenali atau mengidentifikasi makna suatu ungkapan dengan apa yang diacunya atau dengan hubungan acuan itu.

Referen atau acuan boleh saja benda, peristiwa, proses, atau kenyataan. Referen adalah sesuatu yang ditunjuk oleh lambang tersebut. Jadi, kalau seseorang mengatakan sungai, maka yang ditunjuk oleh lambang tersebut, yakni tanah yang berlubang lebar dan panjang tempat

[5] Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi,*…….. h.259.

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

air mengalir dari hulu ke danau atau laut. Kata sungai langsung dihubungkan dengan acuannya, tidak mungkin timbul asosiasi yang lainnya. Bagi mereka yang sudah pernah melihat sungai, atau pernah mandi di sungai, sudah barang tentu mudah memahami apa yang dimaksud dengan sungai.

Teori ini menemukan suatu cara yang mudah dalam mengartikan sebuah makna. Indikasinya seolah-olah memberikan suatu jawaban atau pemecahan yang sederhana yang mudah diterima menurut cara berpikir alamiah terkait masalah makna.

Kedua, teori ideasi (*idensional theory*) merupakan salah satu jenis teori makna yang mengenali dan mengidentifikasi makna ungkapan tersebut dengan gagasan-gagasan yang berhubungan dengan ungkapan tersebut. Dalam hal ini, teori ideasi menghubungkan makna atau ungkapan dengan suatu ide atau representasi psikis yang ditimbulkan kata atau ungkapan tersebut pada kesadaran.

Ketiga, teori tingkah laku (*behavioral theory*), merupakan salah satu jenis teori makna mengenai makna suatu kata atau ungkapan bahasa dengan rangsangan-rangsangan (stimulus) yang menimbulkan ucapan tersebut, dan atau tanggapa-tanggapan (respon) yang di timbulkan oleh ucapan tersebut. Teori ini menanggapi bahasa sebagai macam kelakuan yang mengembalikannya kepada stimulus dan respon. Makna menurut teori ini merupakan rangsangan untuk menimbulkan perilaku tertentu sebagi respon kepada rangsangan itu tadi.

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

Berkaitan dengan penelitian ini, maka peneliti mendapatkan adanya korelasi diantara teori tersebut:

Gambar dan teks buang sampah pada tempatnya mengacu pada anjuran buang sampah pada tempatnya. Gambar dan teks buang sampah pada tempatnya mengacu atau disesuaikan dengan apa yang ada dalam peristiwa yang pada intinya berkaitan dengan adanya anjuran membuang sampah pada tempatnya. Atau bisa dikatakan ini sebuah pesan atas suatu hal (buang sampah pada tempatnya). Jadi, teks tersebut mengandung makna lantaran secara sederhana didasarkan pada gambar dan teks buang sampah pada tempatnya tersebut mengandung pesan yaitu anjuran membuang sampah pada tempatnya.

Nampak dalam gambar dan teks buang sampah pada tempatnya tersebut ada acuan berupa penggambaran bungkus kosong yang akan dibuang kedalam tong sampah. Acuan ini sekaligus menekankan adanya korelasi antara gambar dan teks buang sampah pada tempatnya. Sehingga acuan dari gambar dan teks buang sampah pada tempatnya ini mampu memberikan penetrasi atas suatu peristiwa. Sebagaimana penekanan atas teori acuan ini.

Pada teori ideasional ini, menekankan adanya sebuah bahasa sebagai suatu makna atau alat. Ternyata dalam gambar dan teks buang sampah pada tempatnya menimbulkan adanya sebuah gagasan sebagai gambaran fisik dari suatu keadaan internal. Bahasa dipandang sebagai alat atau instrumen dan gambaran dari pikiran dan gagasan manusia. Begitu pula dalam gambar dan teks buang sampah pada tempatnya setidaknya terdapat sebuah instrumen bahasa yang tercantum teks tersebut. Yakni buang sampah pada tempatnya.

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

Secara ideasional pada gambar dan teks buang sampah pada tempatnya menunjukkan kesadaran untuk membuang sampah pada tempatnya. Maka dengan mengetahui ide yang terkandung dalam kata tersebut, orang dapat memikirkan atau menginterpretasikan adanya keterkaitan antara gambar dan teks buang sampah pada tempatnya. Tidak dipungkiri gambar dan teks bunag sampah pada tempatnya mampu memberikan gagasan bagi konsumen atas teori ideasional ini.

Pada teori tingkah laku (*behavioral theory*), berindikasi adanya tanggapan yang berawal dari adanya rangsangan-rangsangan (stimulus) yang menimbulkan ucapan ataupun tanggapan-tanggapan (respon) yang ditimbulkan dari ucapan tersebut.

Setidaknya dalam teori tingkah laku berimbas adanya apa yang kita kenal dengan "*masyarakat massa*". Prinsip stimulus dan respon mengasumsi bahwa pesan dipersiapkan dan didistribusikan secara sistematik dan dalam skala yang luas. Sehingga secara serempak pesan dapat tersedia bagi sejumlah besar individu dan bukannya ditujukan perorang.

Begitu pula dengan adanya gambar dan teks buang sampah pada tempatnya, ini juga menunjukkan ihwal bahwa gambar dan teks buang sampah pada tempatnya tersebut mampu memberikan ucapan atau tanggapan secara timbal balik atas gambar dan teks buang sampah pada tempatnya tersebut mengandung pesan. Sehingga tidak dapat dipungkiri jika masyarakat tatkala melihat gambar dan teks buang sampah pada tempatnya pada kemasan

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

makanan ini mampu tergerak. Dalam artian adanya perasaan, sikap, tanggapan atas anjuran buang sampah pada tempatnya tersebut.

Selain itu, Makna menurut teori ini juga merupakan rangsangan untuk menimbulkan perilaku tertentu sebagi respon kepada rangsangan itu tadi. Yakni bukan dengan membuangnya, tetapi memanfaatkan kembali bungkus kosong tersebut menjadi sesuatu yang lebih berguna seperti dijadikan tas, bunga, kotak hiasan, tempat sampah, dan lain-lain. Dimana perilaku tersebut diharapkan dapat mengurangi penumpukan sampah dan dampak polusi yang ditimbulkannya. Sehingga barang yang dihasilkan dari daur ulang tersebut dapat digunakan kembali.

C. Pembahasan

Pesan dakwah adalah isi ajakan yang berupa kata, gambar, lukisan, dan sebagainya yang diharapkan dengan memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku objek dakwah. Jika dakwah melalui tulisan umpamanya, maka yang ditulis itulah pesan dakwah. Jika dakwah melalui lisan, maka yang diucapkan pembicara itulah pesan dakwah. Jika melalui tindakan, maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah.

Pada prinsipnya, pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Alquran dan Hadis. Dan pesan dakwah pada garis besarnya terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama(Alqur'an dan Hadis) dan pesan tambahan atau penunjang(selain Alqur'an dan Hadis).[6]

[6] Moh. Ali Aziz, ilmu dakwah……., hal. 319.

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

Teks buang sampah di tempatnya pada kemasan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry dapat dikategorikan sebagai pesan dakwah karena tidak bertentangan dengan Alqur'an dan Hadis. Dan menurut peneliti Islam tidak dapat dikecilkan dengan hanya mempresentasikan pada aspek formal semata, namun Islam harus dapat menyublinasi nilai-nilai pada tiap aspek kehidupan, termasuk dalam hal kebersihan lingkungan.

Hal yang terkait dengan kebersihan lingkungan adalah isi pesan dakwah tentang akhlak. Di mana Akhlak merupakan kumpulan dari nilai-nilai dan sifat-sifat yang tertanam dalam jiwa, yang dengan sorotan dan timbangannya seseorang dapat menilai perbuatannya baik atau buruk untuk kemudian harus melakukan atau meninggalkannya. Sehingga dalam menyikapi pesan dakwah buanglah sampah pada tempatnya akan berbeda-beda tergantung kesadaran masing-masing individu.

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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa

1. Gambar bungkus kosong di atas tong sampah dan teks buang sampah pada tempatnya merupakan tanda (*sign*), wujud gambar bungkus kosong di atas tong sampah dan teks buang sampah pada tempatnya pada kemasan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry adalah objek (*object*) dan anjuran dari produsen (Indofood) terhadap konsumen agar menjaga kebersihan lingkungan dengan cara membuang sampah pada tempatnya adalah interpretan (*interpretant*).
2. Pesan buanglah sampah pada tempatnya pada kemasan Chiki Snack Chocolate Stick Strawberry termasuk pesan dakwah yang terkait dengan akhlak

B. Saran

Rekomendasi untuk peneliti berikutnya agar dapat meneliti lebih dalam lagi tentang teks buanglah sampah pada tempatnya pada kemasan makanan ringan, karena masih banyak fenomena dibalik kemasan disekitar kita yang dapat diteliti lebih lanjut.

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

DAFTAR PUSTAKA

Al-Aliyy, *Al Qur'an Dan Terjemahnya,* Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2005

Arifin, M. *Psikologi Dakwah,* Jakarta, Bumi Aksara, 1993

Aziz, Moch. Ali. "*Ilmu Dakwah*", Jakarta: Pranada Media, 2009

Bahtiar, Wardi. *Metodelogi penelitian Dakwah,* Jakarta: 2001

Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kualitatif,* Jakarta: Rajawali Pers, 2001

Effendy,Onong Ujchana *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek,* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005

Kriyantono, Rahmat Teknik Praktis Riset Komunikasi, Jakarta: Prenada Media, 2006

Sobur,Alex. *Analisis Teks Media,* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006

Sobur, Alex *Semiotika Komunikasi,* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006

www.Indofood.com

www.Indofood.com/about at glance.aspx

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