

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Retorika

1. Pengertian Retorika

Aristoteles mengungkapkan bahwa retorika adalah seni bertutur kata untuk mempengaruhi orang lain. Dari Aristoteles, kita dapat mempelajari lima Langkah dalam menyusun pidato yang dikenal sebagai *The Five Canons Of Rhetoric* (lima hukum retorika), yang terdiri dari:²³

a. *Inventio* atau penemuan

Adapun dalam tahapan ini, seorang pembicara memerlukan melakukan penelitian atau studi mendalam tentang topik yang akan disampaikan kepada audiens, tujuannya agar bisa memahami pendekatan persuasi yang efektif. Pada tahap ini, pembicara juga menemukan tujuan pidato dan mengumpulkan materi yang relevan dengan kebutuhan audiens.

b. *Dispositio* atau penyusunan

Langkah ini, seorang pembicara harus mengatur pesan atau struktur pidato dengan cermat. Struktur tersebut terdiri dari tiga bagian utama yakni:

- 1) Pendahuluan, yang bertujuan untuk memperkenalkan topik yang akan dibahas serta menarik perhatian pendengar. Pendahuluan yang baik

²³ Aristoteles, *Retorika* (Yogyakarta: Basabasi, 2018), 43.

biasanya mengandung pernyataan yang memukau atau anekdot yang relevan dengan topik, serta disertai dengan teka-teki atau pertanyaan retorik untuk memancing minat audiens.

- 2) Isi pidato, yang merupakan inti dari penyampaian pesan. Di dalam bagian ini, pembicara harus menguraikan argumen-argumen utama dan mendukungnya dengan bukti-bukti atau fakta yang relevan. Struktur isi pidato dapat berupa kronologis, perbandingan, atau berdasarkan klasifikasi. Penting bagi pembicara untuk menjaga alur logis dan koheren dalam penyampaian isi pidato agar pesan dapat dipahami dengan baik oleh audiens.
- 3) Kesimpulan, yang merupakan bagian akhir dari pidato yang berfungsi untuk merangkum kembali poin-poin utama yang telah disampaikan serta memberikan kesan terakhir kepada pendengar. Kesimpulan yang efektif harus mengandung pesan penutup yang kuat dan menginspirasi, serta meninggalkan kesan yang mendalam kepada audiens.²⁴

c. *Elucatio* (gaya)

Yaitu pembicara harus menggunakan bahasa yang tepat dalam penyampaian pesannya. Dalam hal ini pembicara harus bisa memilih bahasa yang sesuai, benar, dan dapat diterima, jelas dan langsung. Pembicara juga harus menyampaikan kalimat yang mulia, indah, hidup, dan disesuaikan dengan pesan khalayak.

²⁴ Abdullah, "Retorika dan Dakwah Islam," 112.

d. *Memoria* (memori)

Yaitu pembicara harus bisa mengingat apa yang akan disampaikan pada khalayak dengan cara mengatur materi atau pesan. Kelima, *Pronuntiatio* (penyampaian). Pembicara perlu menghindari gaya penyampaian yang monoton dalam menyampaikan pesannya. Seorang pembicara harus mampu mengelola kata-kata, menggunakan variasi vokal, dan mengatur gerakan tubuh atau *gesture*.²⁵

Jalaludin Rakhmat berpendapat bahwa sebagai seorang komunikator, penting untuk bisa menyentuh motif atau motivasi audiens dalam mempengaruhi orang lain saat berpidato, sehingga audiens dapat menerapkan pesan yang telah diberikan. Jalaludin Rakhmat juga memperkirakan adanya prinsip-prinsip dalam penyampaian pidato sangatlah penting bagi seorang pembicara, seperti halnya bentuk persuasi, antara lain:²⁶

1. Adanya imbauan yang rasional sehingga melibatkan audiens dengan menggunakan akal pikiran dan didukung oleh bukti empiris. Hal ini bertujuan agar audiens adanya bukti yang telah disampaikan sehingga dapat dipahami secara baik.
2. Audiens merasakan berbagai bentuk perasaan yang penuh dengan rasa semangat, kegembiraan, juga harus yang didapatkan dari imbauan emosional. Melalui imbauan ini pembicara berusaha menggunakan perkataan dan gaya yang disesuaikan dengan audiens sehingga dapat mudah dipahami.

²⁵ Ibid., 43.

²⁶ Rakhmat Jalaludin, *Retorika Modern Pendekatan Praktis* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2015), 48.

3. Imbauan takut merupakan sebuah imbauan yang bertujuan ciptakan rasa takut, kecemasan, ketakutan, ancaman, atau mempengaruhi emosi khalayak.
4. Imbauan ganjaran adalah upaya memberikan insentif kepada khalayak melalui perjanjian guna memberikan kesempatan yang nantinya terwujud dalam bentuk pahala serta imbalan.
5. Imbauan motivasional dapat merangsang kondisi internal audiens secara biologis maupun psikologis.²⁷

Adapun menurut doktrin retorika, retorika memiliki tiga jenis yaitu:²⁸

1. Retorika forensik yang sifatnya yuridis sehingga didalamnya membahas mengenai masa lalu. Hal ini dilakukan untuk melihat salah atau benar dari suatu perkara.
2. Retorika yang fokusnya mengarah pada epikdeiktik, sehingga retorika ini erat kaitannya dengan pembahasan mengenai tuduhan dan pujian agar sifat buruk maupun baik seseorang dapat diperkuat retorika ini juga disebut sebagai retorika demonstratif.
3. Retorika delibratif ialah retorika yang fokusnya lebih kepada hal-hal yang tidak diperbolehkan maupun boleh dilakukan oleh audiens.

2. Tujuan Retorika

Retorika bertujuan untuk mempersuasi atau mempengaruhi khalayak dengan gagasan hal yang dibicarakan. Dalam artian tujuan retorika adalah untuk membina pengertian dan mengembangkan dalam menumbuhkan

²⁷ Rahman, Regi Raisa, Atjep Mukhlis, dan Acep Aripudin, Retorika Dakwah Ustaz Evie Effendi di Video Youtube, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam 4, no. 1 (2019): h. 45-64.

²⁸ Ali Fikry, "Representasi Konsep Retorika Persuasif Aristoteles dalam Pidato Ismail Haniyah untuk Umat Islam Indonesia," *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Humaniora* 5, no. 3 (2020): 56.

kedamaian dalam kehidupan di masyarakat.²⁹ Ketika Aristoteles mengembangkan konsep retorika pada abad ke-4 sebelum masehi, ia menekankan bahwa tujuan utama dari retorika adalah untuk mempersuasi. Persuasi di sini tidak hanya sekadar membuat pendengar setuju dengan argumen yang disampaikan, tetapi lebih pada upaya meyakinkan mereka akan kebenaran gagasan yang diungkapkan dalam pembicaraan. Aristoteles memahami bahwa persuasi merupakan tugas yang tidak mudah, terutama karena setiap individu memiliki insting etis yang mengarahkan mereka untuk membedakan antara kebenaran dan kebohongan. Jika seorang pembicara menyampaikan informasi yang tidak benar kepada pendengarnya, hal itu akan terbongkar, dan kecurangan atau kebohongan pembicara akan terlihat jelas.

Adapun dalam konteks ini, Aristoteles menegaskan bahwa persuasi tidak bisa dilepaskan dari berbagai kebenaran. Oleh karena itu, ia menyarankan agar setiap pembicara mempelajari dengan baik pokok persoalan yang akan dibahas, mengambil ulasan yang benar-benar ada dalam pokok persoalan tersebut, dan kemudian menyampaikannya dengan cara yang persuasif.³⁰

Namun, pandangan tentang persuasi sebagai tujuan utama retorika mengalami penurunan popularitas di era retorika baru. Para ahli retorika baru, seperti Richards, mengungkapkan bahwa gagasan tersebut lebih cocok untuk masa lalu, ketika masyarakat hidup dalam kebodohan.

Di zaman sekarang, di mana orang memiliki akses lebih besar terhadap informasi dan memiliki kemampuan untuk berpikir kritis, mereka tidak lagi

²⁹ Jainudin Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2011), 39.

³⁰ Aristoteles, *Retorika*, 69.

begitu mudah dipengaruhi oleh persuasi semata. Pemikiran kritis memungkinkan individu untuk menilai argumen secara objektif, menguji kebenaran dari informasi yang disampaikan, serta mempertanyakan motif dan keandalan pembicara.³¹

Oleh karena itu, dalam konteks retorika modern, penting bagi pembicara untuk tidak hanya mengandalkan persuasi, tetapi juga memperhatikan keakuratan, kredibilitas, dan kejelasan dalam menyampaikan argumen mereka. Mereka perlu membangun argumen mereka dengan data yang valid, logika yang kuat, dan etos yang meyakinkan, sehingga audiens dapat membuat keputusan yang didasarkan pada pemahaman yang mendalam dan penilaian rasional. Dengan demikian, sementara tujuan retorika tetap berpusat pada pengaruh komunikasi, pendekatan yang lebih holistik dan beragam menjadi semakin relevan dalam menghadapi berbagai lapisan masyarakat yang semakin canggih dan kritis saat ini.³²

3. Prinsip Retorika

Ada tiga prinsip yang mengatur materi retorika dalam dakwah sehingga dapat menjadi menarik antara lain:³³

1. Kesatuan

Komposisi yang baik merupakan kesatuan yang utuh. Meliputi dalam isi, tujuan dan sifat. Dengan artian gagasan yang disampaikan harus jelas begitu juga dengan tujuan apakah untuk menghibur, memberikan informasi

³¹ Zunaidi Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Publik* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2015), 39.

³² Jalaludin, *Retorika Modern Pendekatan Praktis*, 92.

³³ Abidin, *Pengantar Retorika*, 49.

dan mempengaruhi, begitupun sifat pembicara apakah serius, informal atau formal.

2. Pertautan (koherensi)

Materi dakwah yang baik disusun dengan banyak bagianbagian yang saling bertautan satu sama lain, pertautan menyebabkan perpindahan dari pokok yang satu dengan selanjutnya dengan lancar dan dipahami khalayak.

3. Penekanan (emphasis)

Penyatuan dan pertautan membantu mad'u dengan mudah mengikuti alur serta proses pembicaraan, maka diperlukan penekanan pada bagian tertentu sebagai titik fokus dan menunjukkan pada bagian-bagian yang perlu di perhatikan.

4. Teori Retorika Aristoteles

Aristoteles, seorang filsuf Yunani kuno yang memiliki pengaruh besar dalam pengembangan retorika, menyajikan kerangka kerja yang komprehensif tentang bagaimana bahasa digunakan untuk mempengaruhi pendengar dalam karyanya yang terkenal, "*Rhetoric*". Dalam karyanya tersebut, Aristoteles menyoroti tiga elemen utama retorika:³⁴

a. Ethos

Ethos, yang merujuk pada karakter dan kredibilitas pembicara, adalah konsep sentral dalam kajian retorika. Kepercayaan kepada pembicara adalah faktor utama dalam efektivitas retorika. Pembicara yang menunjukkan etos yang kuat memiliki kemungkinan lebih besar untuk mempengaruhi

³⁴ Abdullah, "Retorika dan Dakwah Islam," 112.

pendengar. Dalam berbagai konteks, seperti politik, pendidikan, dan bisnis, etos yang kuat memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan dan memengaruhi audiens. Misalnya, kandidat politik dengan reputasi yang baik atau guru yang dihormati cenderung lebih berhasil dalam menyampaikan pesan mereka kepada publik atau siswa mereka. Oleh karena itu, pemahaman tentang pentingnya ethos menjadi esensial dalam studi retorika modern. Dengan mengenali bagaimana karakter dan kredibilitas pembicara memengaruhi persuasi dan pengaruh, para peneliti dan praktisi retorika dapat memahami secara lebih baik bagaimana pesan disampaikan dan diterima oleh audiens.³⁵

b. Pathos

Pathos, sebagai kemampuan pembicara untuk membangkitkan emosi dalam audiens, telah menjadi fokus utama penelitian dalam retorika modern. Penggunaan pathos dalam komunikasi dapat sangat efektif dalam mempengaruhi pendengar dan memperoleh dukungan yang dibutuhkan. Penggunaan narasi yang menggerakkan emosi atau bahasa yang membangkitkan perasaan dapat meningkatkan daya tarik pesan dan memperkuat koneksi antara pembicara dan audiensnya. Misalnya, dalam pidato politik, penggunaan cerita yang menyoroti kesulitan hidup sehari-hari dari pendengar atau menampilkan kasus-kasus yang menyentuh secara emosional dapat menciptakan ikatan yang lebih dalam antara pembicara dan pendengarnya.

³⁵ Syahrir, "Analisis Ethos, Pathos Dan Logos Kepemimpinan Susilo Bambang Yudhoyono (SBY)," *Jurnal MP (Manajemen Pemerintahan)* 5, no. 1 (2018): 29.

Penggunaan pathos juga ditemukan dalam berbagai konteks lainnya, seperti iklan, kampanye amal, dan pidato publik. Melalui penggunaan gambar-gambar yang mengharukan, musik yang menginspirasi, atau kata-kata yang menyentuh, pembicara atau pengiklan dapat menciptakan pengalaman emosional yang kuat bagi audiens mereka. Dengan demikian, pemahaman tentang bagaimana dalam memanfaatkan pada pathos dengan bijaksana menjadi dalam keterampilan yang penting bagi mereka yang ingin dalam memengaruhi atau memotivasi orang lain melalui komunikasi mereka.³⁶

c. Logos

Logos, sebagai elemen retorika yang mengacu pada penggunaan argumentasi logis dan bukti, telah menjadi landasan yang tidak dapat diabaikan dalam analisis argumentasi dan persuasi. Dalam konteks retorika modern, logos memainkan peran penting dalam merangsang penalaran pendengar dan membujuk mereka untuk mengadopsi pandangan pembicara. Sebagai contoh, dalam debat politik, penggunaan data statistik, fakta empiris, dan argumentasi yang konsisten menjadi kunci untuk membangun kasus yang kuat. Sebuah argumen yang didasarkan pada bukti yang kuat dan penalaran yang jelas cenderung lebih meyakinkan bagi pendengar. Dengan menggunakan logos secara efektif, pembicara dapat menunjukkan keahlian dan wawasan mereka dalam topik yang dibahas, yang pada gilirannya meningkatkan kredibilitas mereka di mata audiens.

³⁶ Abdullah, "Retorika dan Dakwah Islam," 112.

Penggunaan logos tidak hanyalah terbatas kepada arah ranah dalam politik, tetapi juga ditemukan dalam berbagai konteks lainnya, seperti pendidikan, ilmu pengetahuan, dan bisnis. Dalam presentasi ilmiah, misalnya, peneliti akan menggunakan data empiris, studi kasus, dan referensi akademis untuk mendukung argumen mereka. Dengan demikian, logos tidak hanya membantu dalam menyusun argumen yang kuat, tetapi juga memungkinkan pembicara untuk berbicara dengan otoritas dan meyakinkan audiens tentang kebenaran atau validitas pesan yang disampaikan.³⁷

Dengan demikian, teori retorika Aristoteles terus menjadi relevan dalam konteks komunikasi modern, dan pemahaman yang mendalam tentang ethos, pathos, dan logos tetap menjadi sebuah aset yang berharga dalam analisis retorika dan praktik komunikasi. Aristoteles memberikan landasan yang kokoh bagi pengembangan teori retorika selanjutnya dan tetap menjadi sumber inspirasi bagi para peneliti dalam kajian komunikasi dan retorika.

B. Dakwah

Dakwah, secara etimologi merupakan sebuah kata dari bahasa Arab dalam bentuk masdar (*da'a*, *yad'u*, *da'watan*) yang berarti seruan, panggilan, undangan atau do'a. Menurut Abdul Aziz, secara terminologis kata dakwah berarti atau bermakna memanggil, menyeru, menegaskan, perbuatan atau perkataan untuk bisa dan dapat dalam menarik para manusia kepada sesuatu

³⁷ Meidy Aisyah, "Ethos, Pathos, Logos Dan Komunikasi Publik: A Systematic Literature Review," *Jurnal Darma Agung* 30, no. 3 (2022): 31.

perihal.³⁸ Adapun dalam Ma'arif, terdapat berbagai penjelasan pengertian istilah dakwah oleh berbagai tokoh sebagai berikut:³⁹

1. Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak umat dengan cara bijaksana kepada jalan benar yang sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan didunia dan akhirat.
2. Syaikh Ali Makhfudz, dalam kitabnya Hidayatul Mursidin memberikan definisi dakwah bahwa dakwah itu mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (hidayah), menyeru mereka berbuat kebaikan dan mencegah kemungkaran, agar mereka mendapat kebahagiaan didunia dan akhirat.
3. Hamzah Ya'qub mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak manusia dengan hikmah (kebijaksanaan) untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.
4. Secara teologis, dakwah dalam Islam dianggap sebagai bagian yang tak terpisahkan dari tugas suci atau ibadah umat Islam. Dakwah bukan hanya sekedar penyebaran ajaran agama, tetapi juga merupakan panggilan untuk menyampaikan pesan-pesan kebenaran serta mengajak individu-individu untuk mendekatkan diri kepada

Allah. Aktivitas dakwah tidak hanya terbatas pada lingkungan Muslim, tetapi juga ditujukan untuk seluruh umat manusia. Melalui dakwah, umat Islam diharapkan dapat menyebarkan ajaran agama Islam secara damai dan

³⁸ Abd. Aziz, "Ziarah Kubur, Nilai Didaktis Dan Rekonstruksi Teori Pendidikan Humanistik," *Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan* 13, no. 1 (2018): 37.

³⁹ B. S. Ma'arif, *Komunikasi Dakwah Paradigma Untuk Aksi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 79.

persuasif, serta memberikan contoh kehidupan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan kasih sayang.⁴⁰

Sementara secara sosiologis, kegiatan dakwah memiliki peran penting dalam membangun keshalehan individual dan keshalehan sosial dalam masyarakat. Keshalehan individual terkait erat dengan pembentukan karakter moral dan spiritual setiap individu, di mana dakwah dapat menjadi sarana untuk memperkuat keimanan, ketakwaan, dan akhlak yang mulia. Sedangkan keshalehan sosial mencakup upaya untuk membentuk masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai kebenaran tauhid, persaudaraan, keadilan, dan kesetaraan.

Melalui dakwah, masyarakat diharapkan dapat mengembangkan sikap empati, kasih sayang, dan kepedulian terhadap sesama, serta berupaya bersama-sama untuk menciptakan lingkungan sosial yang harmonis dan berkeadilan bagi semua warga masyarakat. Dengan demikian, dakwah tidak hanya menjadi aktivitas agama, tetapi juga merupakan instrumen penting dalam menciptakan perubahan positif dalam kehidupan individu dan masyarakat secara luas.

Seorang da'i memiliki kewajiban untuk melakukan dakwah baik melalui keteladanan maupun hikmah, yakni dengan memberikan contoh dan mengamalkannya dalam keseharian. Sebagai proses informasi nilai-nilai keislaman, dakwah membutuhkan proses komunikasi. Kandungan ajaran Islam yang didakwahkan merupakan sekumpulan pesan yang dikomunikasikan

⁴⁰ Aang Ridwan, *Filsafat dan Etika Dakwah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2022), 32.

kepada manusia. Dakwah dalam kerangka proses komunikasi inilah yang dalam berbagai istilah Islam disebut sebagai tabligh, yang menjadi inti dari komunikasi dakwah.

Dengan begitu, secara tologis aktivitas dakwah bukan lagi sekedar pemuasan dan pemenuhan kebutuhan keagamaan, yakni aspek supra natural belaka. Melainkan juga sebagai usaha manusia untuk memahami keberadaannya di muka bumi ini, sehingga dapat menjalai hidup dan kehidupan di dunia dengan naman, damai dan sejahtera.⁴¹

Disamping hal tersebut bahwa ilmu dakwah juga meliputi pembahasan tentang:⁴²

1. Materi dakwah (*maddah al-dakwah*) yang meliputi bidang akidah, Syariah, dan akhlak. Semua materi dakwah ini bersumber dari Al-Qur'an, as-sunnah Rasulullah SAW, hasil ijtihad ulama, dan hikmah sejarah peradaban Islam.
2. Subjek dakwah (*da'i*) yakni orang yang aktif melaksanakan dakwahnya secara individu atau juga yang berdakwah secara kolektif melalui organisasi.
3. Objek dakwah (*mad'u*) yaitu *audience* atau orang yang didakwahi, yakni diajak ke jalan Allah agar selamat dunia dan akhirat. Masyarakat sebagai objek dakwah sangat heterogen, misalnya ada masyarakat yang berlatar belakang sebagai petani, pedagang, karyawan, hingga anggota legislative dan eksekutif. Bila kita melihat aspek geografis, masyarakat ada yang tinggal di kota, desa, pegunungan, pesisir bahkan ada juga yang tinggal di pedalaman.

⁴¹ Zulfa, "Jejak Syiar Islam Muhammad Shalih As-Samarani dalam Melawan Kolonialisme," 68.

⁴² Anggy Sustiana Millah, "Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny," *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2018): 28.

Menurut Muhammad Abduh dalam bukunya *Manajemen Dakwah* karangan M. Munir dan Wahyu Ilahi, mad'u terbagi menjadi tiga golongan antara lain:⁴³

1. Golongan cerdik cendekiawan yang cinta kebenaran, dapat berfikir kritis dan cepat menangkap persoalan.
2. Golongan awam yaitu orang yang kebanyakan belum dapat dalam proses berpikir secara kritis dan mendalam serta belum mendapat pengertian yang tinggi.
3. Golongan yang berbeda dengan kedua golongan tersebut, mereka senang membahas tetapi hanya dalam batas tertentu saja dan tidak dapat membahas secara mendalam.

Nilai-nilai sosial mungkin bisa berubah sebab kritik sosial yang disampaikan, hal tersebut dapat berdampak pada, pola-pola perilaku, norma-norma sosial, susunan lembaga-lembaga kemasyarakatan, organisasi, kekuasaan dalam wewenang, lapisanlapisan dalam masyarakat, interaksi sosial dan lain sebagainya.⁴⁴

C. Semiotika

1. Pengertian Semiotika

Istilah "*semiotics*" sering dipakai oleh kalangan ilmuwan di Amerika, sedangkan di Eropa lebih dikenal dengan sebutan "semiotika". Walaupun penyebutannya berbeda, keduanya mengacu pada hal yang sama: kajian tentang cara tanda-tanda bekerja dan bagaimana kita memaknai dunia

⁴³ Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2016), 27.

⁴⁴ Soerjono Soekamto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 4.

melalui tanda-tanda itu. Istilah ini berasal dari kata Yunani “*semion*”, yang berarti tanda.⁴⁵

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda-tanda yang digunakan dalam kehidupan manusia sehari-hari. Dalam konteks komunikasi, “tanda” adalah sesuatu yang membawa makna dan bisa digunakan untuk menyampaikan pesan ke orang lain. Ilmu ini membantu dalam memahami bagaimana suatu hal baik berupa gambar, kata, suara, atau gerakan dapat dimaknai oleh orang yang melihat atau mendengarnya. Secara umum, kajian semiotika terbagi dalam dua pendekatan, yaitu:⁴⁶

- a. Paradigma konstruktivisme, yang melihat bahwa makna dibentuk oleh pengalaman dan cara berpikir seseorang.
- b. Paradigma kritis, yang lebih menekankan pada bagaimana tanda bisa membawa ideologi atau pengaruh tertentu dalam masyarakat.

Menurut Chandler, tanda adalah bentuk citra mental dalam pikiran seseorang, sementara makna adalah bagaimana seseorang memahami isi dari tanda itu.⁴⁷ Artinya, baik Chandler maupun Roland Barthes melihat bahwa tanda merupakan bagian dari cara manusia berpikir dan memahami dunia di sekitarnya.

Umberto Eco, seorang pakar semiotika lainnya, menyatakan bahwa semiotika adalah studi tentang semua hal yang berkaitan dengan tanda. Ia menyebut bahwa tanda bisa diartikan sebagai sesuatu yang mewakili hal

⁴⁵ Ahmad Junaedi dan Yustiana Marfuah, “Representasi Feminisme Film *Marlina si Pembunuh dalam Empat Babak* (Analisis Semiotika Roland Barthes),” *Jurnal Untar* 3, no. 1 (2019): 39.

⁴⁶ Benny H. Hoed, *Semiotik dan Dinamika Sosial Budaya* (Jakarta: Komunitas Bambu, 2011), 21.

⁴⁷ D. Chandler, *Semiotics: The Basics (3rd ed.)* (USA: Routledge, 2017), 19.

lain. Misalnya, kata, gambar, suara, aroma, atau bahkan perilaku semua bisa menjadi tanda, asalkan ada hubungan makna antara bentuk tanda tersebut dan sesuatu yang diwakilinya. Jadi, sesuatu baru dianggap sebagai tanda jika orang sudah menghubungkannya dengan arti tertentu.⁴⁸

Sobur menyebut bahwa semiotika adalah metode untuk menganalisis tanda-tanda yang digunakan manusia dalam memahami dunia.⁴⁹ Dalam pandangan Roland Barthes, semiotika yang ia sebut sebagai "semiologi" bertujuan untuk mempelajari bagaimana manusia memberi makna pada berbagai hal. Memberi makna (*signify*) di sini tidak selalu sama dengan menyampaikan pesan secara langsung (*communicate*), karena kadang makna bersifat lebih dalam dan tersirat.

Salah satu masalah utama dalam komunikasi adalah perbedaan dalam penafsiran makna, yang bisa terjadi karena tiap orang memiliki cara berbeda dalam memahami tanda. Ini bisa disebabkan oleh perbedaan latar belakang, pengalaman, atau budaya. Misalnya, dalam mendengarkan lagu, seorang penyanyi mungkin ingin menyampaikan pesan tertentu melalui lirik, tetapi pendengar bisa saja memahami makna yang berbeda. Di sinilah semiotika berperan penting, karena bisa membantu kita membongkar dan memahami makna tersembunyi atau tidak langsung dari suatu pesan.⁵⁰

2. Analisis Semiotika oleh Roland Barthes

Pada penelitian ini, pendekatan semiotika Roland Barthes digunakan sebagai landasan utama dalam memahami makna dari pesan-pesan dakwah

⁴⁸ Umberto Eco, *A Theory of Semiotics* (Bloomington: Indiana University Press, 2006), 136.

⁴⁹ Sobur, *Semiotika Komunikasi, Cet.5*, 64.

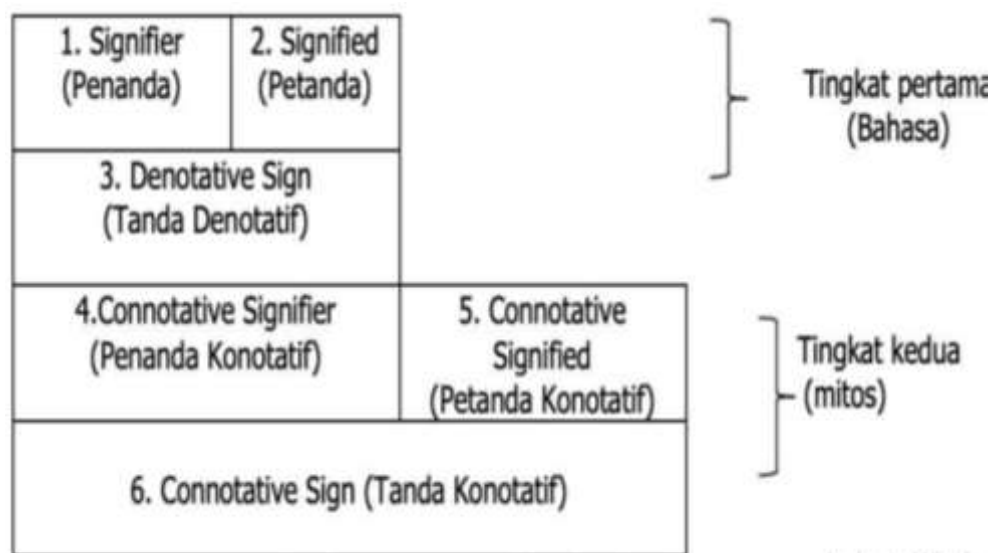
⁵⁰ Barthes, *Elements of Semiology*, 48.

yang ditampilkan melalui media visual. Secara sederhana, semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda baik dalam bentuk gambar, kata, simbol, atau perilaku dan bagaimana tanda-tanda tersebut menyampaikan makna.⁵¹ Roland Barthes mengembangkan teori semiotika ini menjadi dua tingkatan makna:

- a. Makna pertama (denotasi), yaitu makna harfiah atau makna yang tampak secara langsung.
- b. Makna kedua (konotasi dan mitos), yaitu makna tambahan yang bersifat simbolik, tersembunyi, atau terkait dengan budaya dan ideologi.

Barthes memandang bahwa segala bentuk kehidupan sosial termasuk media, budaya populer, dan praktik keagamaan merupakan sistem tanda yang mengandung makna dan bisa dianalisis secara ilmiah.⁵²

Gambar 2.1
Peta Tanda Semiotika Roland Barthes



Sumber: Sobur (2020)⁵³

⁵¹ R. Barthes, *Mythologies* (Annette Lavers, Trans.) (New York: Hill and Wang, 2016), 42.

⁵² Barthes, *Elements of Semiology*, 170.

⁵³ Sobur, *Semiotika Komunikasi, Cet.5*, 40.

Melalui peta tanda ini, terlihat bahwa makna denotatif terbentuk dari unsur penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Namun, tanda denotatif tersebut tidak berhenti di sana; ia bisa berubah menjadi penanda baru pada tingkat yang lebih dalam, yaitu tingkat konotatif. Inilah yang menjadi fokus dalam analisis semiotika: bukan hanya memahami makna langsung, tapi juga makna simbolik dan budaya yang tersembunyi di baliknya.

Adapun tiga aspek analisis semiotika oleh Roland Barthes yakni sebagai berikut:⁵⁴

a. Makna Denotasi (Makna Langsung atau Objektif)

Denotasi adalah makna yang paling dasar, yaitu apa yang secara langsung terlihat atau terdengar. Misalnya, ketika kita melihat gambar seorang pria tersenyum sambil menunjuk ke langit, secara denotatif kita hanya melihat tindakan tersebut tanpa tafsir lebih lanjut. Denotasi merupakan makna asli atau literal dari suatu tanda, yang bisa dipahami semua orang secara umum.

Dalam konteks penelitian dakwah visual, makna denotasi bisa berupa gambar, warna, atau tulisan yang tampak secara eksplisit dalam ilustrasi, seperti tulisan ayat, gambar tokoh, atau simbol Islam.

b. Makna Konotasi (Makna Tambahan Berdasarkan Perasaan atau Pengalaman)

Konotasi adalah makna tambahan yang tidak langsung terlihat, tapi muncul dari emosi, pengetahuan, atau pengalaman pribadi orang yang

⁵⁴ Barthes, *Elements of Semiology*, 192-194.

melihat tanda tersebut. Makna ini bisa berbeda-beda tergantung latar belakang sosial, budaya, dan nilai-nilai si penafsir.

Misalnya, gambar pria tersenyum sambil menunjuk ke langit bisa diartikan sebagai isyarat bahwa ia sedang mengingat Tuhan. Di sinilah konotasi memainkan peran penting dalam membentuk makna subjektif yang lebih dalam daripada yang tampak secara kasat mata.

Dalam konteks dakwah, makna konotatif sering kali berkaitan dengan nilai-nilai moral, pesan spiritual, atau sindiran sosial yang ingin disampaikan melalui ilustrasi atau simbol visual.

c. Makna Mitos (Makna Budaya atau Ideologi yang Diwariskan)

Mitos, dalam pandangan Barthes, bukan berarti cerita fiksi atau legenda, melainkan makna simbolik yang lahir dari sistem budaya dan ideologi yang hidup dalam masyarakat. Mitos bisa menjadikan sesuatu yang sebenarnya bersifat buatan atau hasil konstruksi sosial, tampak seperti alami atau wajar. Sebagai contoh, ilustrasi seseorang berpakaian islami sambil memegang Al-Qur'an bisa menimbulkan mitos bahwa penampilan luar selalu mencerminkan tingkat keimanan. Padahal, ini adalah konstruksi sosial yang telah dibentuk oleh budaya.⁵⁵ Dalam dakwah digital, makna mitos muncul ketika gambar atau pesan visual membawa nilai-nilai kepercayaan, tradisi, atau keyakinan agama yang telah melekat kuat dalam masyarakat dan menjadi semacam “kebenaran umum”, meskipun belum tentu semuanya benar secara objektif.

⁵⁵ Abdullah, “Retorika dan Dakwah Islam,” 112.

Adapun dalam menganalisis dakwah di media digital seperti *YouTube*, pendekatan semiotika menjadi sangat penting karena tidak semua pesan keagamaan dapat dipahami secara langsung oleh penonton. Banyak pesan dakwah yang disampaikan melalui simbol, bahasa kiasan, atau gaya komunikasi yang memiliki makna tersembunyi. Terkadang, makna tersebut tidak tampak secara eksplisit, tetapi justru dapat menimbulkan pemahaman yang lebih mendalam jika ditafsirkan dengan pendekatan ilmiah.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini, pendekatan semiotika yang dikembangkan oleh Roland Barthes digunakan untuk membaca dan memahami makna-makna tersirat yang terdapat dalam konten dakwah yang disampaikan oleh Guru Gembul melalui channel *YouTube*-nya.

Adapun tujuan penerapan pendekatan semiotika ini dalam konteks retorika dakwah pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi makna denotasi, yaitu makna langsung atau makna yang secara nyata terlihat dalam tayangan video baik melalui bahasa verbal, ekspresi wajah, maupun visual yang digunakan oleh Guru Gembul.
2. Menemukan makna konotasi, yaitu makna yang muncul dari cara penyampaian, pilihan kata, dan simbol-simbol tertentu yang dapat memberikan pemaknaan tambahan. Konotasi ini dipengaruhi oleh pengalaman sosial, budaya, dan pemahaman keagamaan yang dimiliki oleh penonton maupun oleh peneliti.
3. Mengungkap makna mitos, yaitu makna yang berkaitan dengan nilai-nilai, keyakinan, dan ideologi dakwah Islam yang dibawa secara tidak langsung

dalam video tersebut. Mitos di sini mencerminkan bagaimana pesan dakwah tidak hanya bersifat ajakan moral, tetapi juga membentuk cara berpikir dan keyakinan masyarakat.

Dengan demikian, analisis semiotika dalam penelitian ini tidak hanya menilai isi dakwah berdasarkan apa yang terlihat di permukaan, tetapi juga menyibak lapisan makna yang lebih dalam, yang tersembunyi di balik gaya bicara, pilihan kata, dan visual dalam video. Pendekatan ini menjadikan *channel YouTube* Guru Gembul sebagai media dakwah yang kaya akan makna, dan layak untuk dikaji secara ilmiah agar pesan-pesan keagamaannya bisa tersampaikan dengan lebih menyentuh dan bermakna bagi masyarakat luas, khususnya generasi digital.