

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pesan Dakwah

##### 1. Pengertian Pesan

Dalam bahasa Inggris, pesan artinya dengan kata *message*, *content* dan *information*. Pesan dapat disampaikan melalui dengan tatap muka atau melalui media komunikasi. Berisi seperti ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, hiburan, nasihat.<sup>20</sup> Pesan yang bersifat verbal tulisan, seperti surat, majalah, buku, memo, sedangkan pesan yang secara verbal lisan seperti ketemu langsung percakapan dengan tatap muka, percakapan dengan telepon, radio. dan sebagainya. Pesan nonverbal, seperti isyarat, gerakan badan, ekspresi muka, dan suara.<sup>21</sup>

##### 2. Pengertian Dakwah

Kata dakwah jika diartikan secara etimologis adalah bentuk masdar berasal dari kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, yang berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru dan mendorong. Sedangkan secara terminologis, dakwah yaitu mengajak dan menyeru umat Islam menuju pedoman hidup yang diridhai oleh Allah SWT dalam bentuk perbuatan *amar ma'ruf nahi munkar*. Menurut Masdar Helmy, dakwah Islam adalah mengajak dan menggerakkan manusia agar mentaati dan melaksanakan

---

<sup>20</sup> Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2010),24

<sup>21</sup> Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi (Bandung PT. Remaja Rosdakarya, 2005), 63

ajaran-ajaran Allah (Islam), termasuk juga melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* agar bisa membawa kebahagiaan di dunia dan akhirat.<sup>22</sup> bahwa pengertian dakwah adalah kegiatan menyampaikan pesan yang berisi nilai, norma, hukum agama (islam) kepada obyek (individu, kelompok, masyarakat) agar mereka menjalankan ajaran agama dengan penuh kesadaran sehingga terwujud sistem sosial yang harmonis dan damai dan pada akhirnya mendatangkan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.<sup>23</sup> Dengan tujuan agar yang menjalankan mencapai kehidupan yang bahagia sesuai syariat. Allah berfirman dalam surat An-nahl 125 :

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ  
هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ۝ ١٢٥

Artinya: Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah<sup>424</sup> dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.<sup>24</sup>

Salah satu institusi sosial yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah adalah media, media ini mencakup media massa maupun media sosial. Media massa, elektronik maupun cetak mempunyai posisi yang strategis. Media massa sekarang sudah menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dari budaya massa. Media sosial juga memegang peranan yang sangat penting di era global. Setiap kegiatan manusia bersinggungan dengan

<sup>22</sup> Muslimin Ritonga, "Komunikasi Dakwah Zaman Milenial", *Jurnal Komunikasi Islam*, 1 (2019), 63.

<sup>23</sup> Ropingi el Ishaq, Pengantar Ilmu Dakwah : Studi Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik, (Malang: Madani,2016),10

<sup>24</sup> Departemen Agama RI, Al Qur'an dan Terjemah, QS: An-nahl 125, (Surabaya: Duta Surya,2012).

media massa ataupun media sosial. Peran sentral media yang sebagai alat kontrol politik dan sosial dan menjadi pilar keempat dalam konsep demokrasi menjadi institusi yang tidak boleh ditinggalkan dalam proses berdakwah.<sup>25</sup> Hal ini dikuatkan oleh hadis Rosulullah SAW:

أَنْفِذْ عَلَى رَسَلِكَ حَتَّى تَنْزَلَ بِسَاحَتِهِمْ ثُمَّ ادْعُهُمْ إِلَى الْإِسْلَامِ وَأَخْبِرْهُمْ بِمَا يَجِبُ عَلَيْهِمْ مِنْ حَقِّ اللَّهِ فِيهِ فَوَاللَّهِ لَأَنْ يَهْدِيَ اللَّهُ بِكَ رَجُلًا وَاحِدًا خَيْرٌ لَكَ مِنْ أَنْ يَكُونَ لَكَ حُمْرُ النَّعَمِ (رواه البخارى)

Artinya: Ajaklah mereka memeluk Islam dan beritahu mereka apa-apa yang diwajibkan atas mereka yang berupa hak Allah di dalamnya. Demi Allah, Allah memberi petunjuk kepada seseorang lantaran engkau, adalah lebih baik bagimu daripada engkau memiliki unta merah.

Menurut Ibnu Taimiyah menyebutkan bahwa dakwah merupakan suatu proses usaha mengajak agar orang beriman kepada Allah, percaya dan menaati apa yang telah diberitakan Rosul serta mengajak agar dalam menyembah kepada Allah seakan-akan melihat-Nya.<sup>26</sup>

### 3. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan dakwah dalam ilmu komunikasi adalah *message* ialah simbol-simbol. Secara bahasa, pesan dakwah disebut *maudu' al-da'wah*. Sebutan yang terakhir ini bisa menimbulkan salah paham sebagai logistik dakwah. Istilah pesan dakwah hanya untuk menjelaskan isi dakwah, seperti kata, gambar, lukisan untuk memberikan penjelasan perubahan sikap dan

---

<sup>25</sup> Ibid.,68.

<sup>26</sup> Ishak Saidulkarnain, *Dakwah Sambil Ngenet*, (PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia – Jakarta),6

perilaku mitra dakwah, sedangkan dakwah melalui tulisan yang menjadi pesan dakwah adalah tulisannya, dakwah melalui lisan menjadikan pesan dakwah ucapannya, dan dakwah melalui tindakan yang pesan dakwah perbuatan baik.

Pada prinsipnya pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Al-Quran dan Hadis. Oleh karena itu, semua pesan yang bertentangan terhadap Al-Quran dan Hadis tidak dapat disebut sebagai pesan dakwah. Semua orang dapat berbicara tentang moral dengan mengutip ayat Al-Quran. Akan tetapi hal itu dimaksudkan untuk pembenaran atau dasar bagi kepentingan nafsu semata tidak termasuk dalam pesan dakwah.<sup>27</sup> Pesan dakwah dapat didefinisikan sebagai pesan-pesan yang berisi dorongan kepada manusia untuk berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk agama. Pesan dakwah juga merupakan pesan yang berupa perbuatan baik serta melarang perbuatan munkar.

Perencanaan pesan harus memperhatikan hal-hal berikut:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.
2. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama dapat dimengerti.
3. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan, dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.

---

<sup>27</sup> Abdullah, Ilmu Dakwah : Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah., 239-240

Pesan harus menyarankan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikasi beradapada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang ia kehendaki.

Pesan dakwah tidak cukup dengan memperhatikan timing dan placing, tetapi harus mampu mengidentifikasi isi pesan dakwah yang akan menentukan jenis pesan apa yang akan disampaikan.<sup>28</sup> Dakwah bersifat persuasip artinya berusaha mempengaruhi manusia untuk menjalankan agama sesuai dengan kesadaran dan kemauannya sendiri, bukannya dengan jalan koersip atau paksaan sebab pemaksaan adalah perampasan hak asasi manusia dalam beragama.<sup>29</sup>

Media dakwah telah menjadi teknologi informasi mendorong revolusi informasi di seluruh aspek, dimensi, dan wilayah di dunia. Perkembangan organisasi profesi yang bergerak dalam informasi mengalami kemajuan pesat. Seperti televisi, radio, pers, internet dan media sosial lainnya menjadikan revolusi informasi terjadi sedemikian nyata<sup>30</sup>.

Media dakwah memengaruhi perkembangan dakwah, baik apa yang disampaikan materi maupun pembentukan kepribadian masyarakat yang menjadi obyek dakwah, sehingga semakin hari established sehingga semakin waktu mendapat sambutan dan pengakuan dari masyarakat mengenai eksistensinya.<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup> Wahyu, Ilaihi. "Komunikasi dakwah." *Bandung: Remaja Rosdakarya* (2010).

<sup>29</sup> Hasan, Mohammad. "Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah." *Surabaya: Pena Salsabila* (2013).

<sup>30</sup> Ropingi el Ishaq, , Pengantar Ilmu Dakwah : Studi Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik, (Malang: Madani, 2016), 177.

<sup>31</sup> Ilmu Dakwah, Ilmu Dakwah : Moh. Ali Aziz, (Prenada Media), 213

Menurut Bahroni, pesan dakwah adalah hasil dari pemikiran manusia yang terjadi sesuai fakta, data, dan suatu kejadian dalam hidup ini. Kemudian dari hasil tersebut disampaikan ke orang-orang dengan bertujuan memberi pengetahuan, menyampaikan informasi, dan mendidik. Pesan dakwah memiliki alasan lain, yaitu mengubah sikap orang lain, tingkah laku, sudut pandang, serta sifatnya, sesuai peraturan Allah dan Rasul-Nya.<sup>32</sup> Dalam pesan dakwah Islam, pada dasarnya memiliki tujuan dakwah yang sampai dicapai. Secara umum di bagi menjadi tiga pesan dakwah, yaitu:

1. Masalah Keimanan (Akidah)
2. Masalah Keislaman (Syariah)
3. Masalah Budi Pekerti (Akhlak)

#### **4. Karakteristik Pesan Dakwah**

Karakteristik pesan dakwah yang orisinal dari Allah SWT adalah mudah, lengkap, seimbang, umum, masuk akal, dan membawa. Perbandingan yang tidak jauh berbeda, Abd al-Karim Zaidan mengemukakan lima karakter pesan dakwah, yaitu:

1. Berasal dari Allah Swt (annahu'min Allah).
2. Mencakup semua bidang kehidupan (al-shumul).
3. Umum untuk semua manusia (al-umum).
4. Ada balasan untuk setiap tindakan (al-jazafi al islam).

---

<sup>32</sup> Bahroni "Analisis Wacana Retrorika Dakwah K.H Muhammad Arifin Ilham", *Interdisciplinary Journal of Communication IAIN Salatiga*, Vol. 3 (2018), 1.

5. Seimbang antara idealitas dan realitas (al-mitsaliyah wa al-waqiiyah).<sup>33</sup>

Menurut Asep Muhiddin, pesan dakwah dapat dikarakteristikan sebagai berikut:

1. Islam sebagai agama fitrah.
2. Islam sebagai agama rasional dan pemikiran.
3. Islam sebagai agama ilmiah, hikmah, dan fikih.
4. Islam sebagai agama argumentatif (hujjah) dan demonstratif (burhan).
5. Islam sebagai agama hati (al-qalb), kesadaran (wijdan), dan hati nurani (damir).
6. Islam sebagai agama kebebasan (hurriyah) dan kemerdekaan (istiqlal).

Pesan dakwah yang memenuhi sejumlah karakter di atas meningkat meneguhkan menjadi seorang Muslim. Kehebatan agama Allah Swt yang disajikan dalam dakwah tidak akan memberi pengaruh secara maksimal jika salah dalam memilih metode pengirimannya.

## **5. Materi Dakwah**

Pada dasarnya materi dakwah Islam tergantung pada tujuan dakwah yang ingin dicapai. Namun, secara umum dapat dikatakan bahwa materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok, yaitu:

---

<sup>33</sup>Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah.,292

## 1) Masalah Akidah

Menurut Syihab, akidah merupakan nilai yang paling hak dan prinsip bagi manusia yang memiliki kesamaan dengan harga diri. Bahkan orang rela mati mempertahankan keyakinannya.<sup>34</sup> Akidah dalam Islam adalah bersifat i'tiqad batiniyyah yang mencakup masalah-masalah yang erat berhubungan dengan rukun iman. Dalam bidang akidah ini bukan saja pembahasannya tertuju pada masalah-masalah yang wajib diimani. Akan tetapi, materi dakwah juga meliputi masalah-masalah yang dilarang, yaitu: syirik (menyekutukan adanya Tuhan) dan ingkar dengan adanya Tuhan. Oleh karena itu, hubungan manusia dengan Allah SWT bersifat mengikat terhadap kewajiban-kewajiban yang diyakini.<sup>35</sup> Akidah menurut Islam pembahasannya terdapat dalam rukun iman yang kembali enam, yaitu:

- 1) Iman Kepada Allah Swt
- 2) Iman Kepada Allah Malaikat-malaikat Allah Swt
- 3) Iman Kepada Kitab-kitab Allah Swt
- 4) Iman Kepada Rasul-rasul Allah Swt
- 5) Iman Kepada Hari Kiamat
- 6) Iman Kepada Qada dan Qadar Allah Swt<sup>36</sup>

## 2) Masalah Syariah

---

<sup>34</sup> Syihab, *Aqidah Ahlus Sunnah* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2024), 1.

<sup>35</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 60-63.

<sup>36</sup> Puji Mulyono, "Pesan Dakwah dalam Novel Haji Backpacker Karya Agung Irawan MN" (Skripsi Fatkultas Dakwah, IAIN Salatiga, 2017), 22



Syariah dalam Islam berhubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka menaati semua peraturan hukum Allah. Dalam mengatur hubungan antara manusia dengan Allah Swt dan mengatur pergaulan hidup sesama manusia. Kemudian masalah-masalah yang berkenaan dengan pergaulan hidup sesama manusia, seperti hukum jual beli, rumah-tangga, bertetangga, warisan, kepemimpinan, dan amal-amal saleh lainnya. Oleh karena itu, larangan-larangan Allah seperti minum, berzina, serta mencuri termasuk juga masalah syariah “tercela”.<sup>37</sup> Berikut beberapa masalah yang berkaitan dengan syariah di antaranya sebagai berikut:

a) Syariah Tentang Ibadah

Menurut bahasa, ibadah mempunyai arti yaitu, doa, taat, tunduk, ikut, dan turut. Dalam hal ini ibadah dibagi menjadi tiga bentuk sebagai berikut:

- 1) Ibadah dalam bentuk perkataan, seperti membaca AlQuran, berdoa, berzikir, mengucapkan Alhamdulillah, serta memuji Allah Swt untuk keselamatan dunia dan akhirat.
- 2) Ibadah dalam bentuk perbuatan, seperti memberi sedekah, menolong orang lain, dan memandikan jenazah.

---

<sup>37</sup> Puji Mulyono, “Pesan Dakwah dalam Novel Haji Backpacker Karya Agung Irawan MN”(Skripsi Fakultas Dakwah, IAIN Salatiga, 2017),60-63.

3) Ibadah dalam bentuk menggugurkan hak, yaitu: memaafkan orang lain yang telah berbuat kesalahan dan membebaskan orang lain berhutang dari kewajiban membayar.<sup>38</sup>

b) Syariah Tentang Muamalah

Menurut bahasa, muamalah mempunyai arti, yaitu: mengamalkan, berbuat, dan bertindak. Menurut istilah muamalah dibagi menjadi dua kategori, yaitu: pengertian muamalah secara luas dan pengertian muamalah secara sempit. Pengertian muamalah secara luas merupakan aturan-aturan Allah Swt untuk mengatur manusia yang berkaitan dengan urusan dunia untuk mengatur pergaulan sosial. Pengertian muamalah secara sempit adalah aturanaturan Allah Swt untuk mengatur hubungan manusia dengan sesama manusia yang berkaitan dengan cara memperoleh dan mengembangkan harta benda.<sup>39</sup>

### 3) Masalah Akhlak

secara etimologis, akhlak berasal dari bahasa Arab, yaitu ism al-masdar (bentuk infinitif) dari kata akhlaq, yukhliq, dan ikhlaqa. Adapun sesuai timbangan yaitu yuf'iluif' alan yang mempunyai arti al-sajiyah (perangai), al-maruah (peradaban yang

---

<sup>38</sup> Muhammad Daud Ali, Pendidikan Agama Islam (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), 244

<sup>39</sup> Hendi Suhendi, Fiqh Muamalah (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), 1.

baik) dan al-din (agama).<sup>40</sup> Miqdad Yaljan mengatakan, akhlak merupakan tingkah laku mulia yang dilakukan manusia dibarengi dengan kemauan yang mulia dan untuk mencapai tujuan yang mulia.<sup>41</sup>

Masalah akhlak dalam aktivitas dakwah (sebagai materi dakwah) merupakan pelengkap saja, yaitu untuk melengkapi keimanan dan keislaman seseorang. Akhlak tersebut berfungsi sebagai pelengkap, bukan berarti masalah akhlak kurang penting dengan masalah keimanan dan keislaman. Pada halnya akhlak adalah penyempurna keimanan dan keislaman.<sup>42</sup>

## **B. Analisis Semiotika**

### **1. Pengertian semiotika**

Istilah semiotik secara etimologis berasal dari kata Yunani semeion yang berarti tanda. Tanda sendiri diartikan sebagai atas dasar konvensi sosial yang telah terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain.<sup>43</sup> Di dalam semiotik terdapat beberapa aliran, beberapa diantaranya aliran semiotik konotasi yang dipelopori Roland Barthes, aliran

---

<sup>40</sup> Abuddin Nata, *Akhlak Tasawuf dan Karakter Mulia* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2015),1.

<sup>41</sup> Muhammad Abdurrahman *Akhlak Menjadi Seorang Muslim yang Berakhlak Mulia* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016),6.

<sup>42</sup> Syarifudin Yunus, *Jurnalistik Terapan* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 335.

<sup>43</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2015), 95.

semiotik ekspansionis yang dipelopori Julia Kristeva, dan aliran semiotik behavioris oleh Morris.<sup>44</sup>

Semiotika termasuk model dari ilmu pengetahuan sosial, yang memahami tentang hakikat dunia sebagai suatu sistem hubungan yang memiliki unit dasar dengan “tanda”. Oleh sebab itu, semiotika mempelajari hakikat tentang keberadaan suatu tanda.<sup>45</sup> Semiotik melihat teks media sebagai suatu struktur secara keseluruhan. Ia mencari makna yang konotatif. Semiotik jarang bersifat kuantitatif, bahkan sering menolak pendekatan kuantitatif.<sup>46</sup>

Semiotik memiliki kelebihan dibanding analisis lain yang interpretatif dalam khazanah linguistik-komunikasi, yaitu seperti *discourse* atau *framing*, kelebihanannya adalah semiotik mampu menelisik lekuk liku teks secara lebih detail dan merasakan getaran-getaran halus dari sinyal-sinyal tersembunyi.<sup>47</sup> Secara terminologis, maka semiotika dapat diidentifikasi sebagai suatu ilmu yang mempelajari dari sederetan yang luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda.<sup>48</sup>

Semiotik juga disebut sebagai ilmu tentang tanda-tanda. Mempelajari tanda dan segala yang berhubungan dengan tanda, cara berfungsi, hubungan dengan tanda lain, pengiriman dan penerimaannya oleh mereka yang menggunakannya. Menurut Preminger (2001), ilmu ini menganggap bahwa yang terjadi sebagai fenomena sosial dan kebudayaan

---

<sup>44</sup> Ibid., 102.

<sup>45</sup> Indiawan Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi – edisi kedua* (Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2013), 9.

<sup>46</sup> Sobur, *Analisis Teks Media.*, 145.

<sup>47</sup> Ibid., 5.

<sup>48</sup> Wibowo, *Semiotika Komunikasi.*, 7.

itu adalah tanda-tanda. Semiotik mempelajari sistem-sistem, aturan-aturan, konvensi-konvensi yang memungkinkan itu memiliki arti.<sup>49</sup>

Analisis semiotik bertujuan untuk menemukan makna tanda, sekalipun yang tersembunyi dibalik sebuah tanda (teks, iklan, berita). Karena sistem tanda ini sifatnya sangat kontekstual dan bergantung pada pengguna tanda tersebut.<sup>50</sup> Manusia adalah makhluk berpikir. Manusia mengkomunikasikan apa yang ada dalam pikirannya lewat bahasa. Hubungan antara pikiran dengan bahasa sangatlah erat. Bahasa seseorang yang kacau menunjukkan jalan pikirannya yang juga kacau. Sedangkan bentuk bahasa yang sederhana juga menunjukkan jalan pikiran orang yang menggunakan bahasa tersebut.<sup>51</sup>

Makna berasal dari dalam diri manusia, begitu kata DeVito, makna tidak terletak pada kata-kata melainkan pada manusia. Kita menggunakan kata-kata untuk mendekati makna yang ingin kita komunikasikan, namun kata-kata itu tidaklah sempurna untuk menggambarkan makna yang kita maksudkan.<sup>52</sup> Banyak jenis makna yang dikemukakan oleh para ahli, pada umumnya makna kata pertama kali dibedakan atas dua jenis, yakni makna yang bersifat *denotatif* dan makna yang bersifat *konotatif*. Kata yang tidak mengandung makna atau perasaan tambahan disebut *kata denotatif*. Sedangkan makna kata yang mengandung arti, perasaan, nilai rasa

---

<sup>49</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, 2014), 265.

<sup>50</sup> *Ibid.*, 266

<sup>51</sup> Sobur, *Analisis Teks Media.*, 16.

<sup>52</sup> *Ibid.*, 20.

tambahan dan tertentu disamping makna dasar yang umum disebut *makna konotatif* atau *konotasi*.<sup>53</sup>

## 2. Roland Barthes

Roland Barthes (1915-1980) adalah ahli semiotika yang berhasil mengembangkan teori semiotika yang sebelumnya lebih kental strukturalisme kepada semiotika teks. Konsep baru Barthes adalah tentang konotasi dan denotasi sebagai kunci dari analisisnya. Versi yang digunakan Barthes jauh lebih sederhana tentang model *glossematic sign* (tanda-tanda glossematic). Membuang dimensi dari bentuk dan substansi, Barthes mengartikan sebuah tanda (sign) sebagai sebuah sistem yang terdiri dari (E) yaitu sebuah ekspresi atau signifier yang dalam hubungannya (R) dengan content (primary sign system) dapat menjadi sebuah elemen dari sebuah sistem tanda yang lebih lengkap dan mempunyai makna yang jauh berbeda dari semula.<sup>54</sup>

## 3. Semiotika Roland Barthes

Yang memperkenalkan semiotika yang sebelumnya disebut semiologi adalah Ferdinand de Saussure, bapak linguistik modern. Semiologi sering digunakan dalam menganalisis teks, selain hermeneutik, kritik sastra, analisis wacana, dan analisis isi. Kemudian muncul lagi salah

---

<sup>53</sup> Ibid., 26.

<sup>54</sup> Wibowo, *Semiotika Komunikasi*, 21.

satu tokoh terpenting dalam semiologi, yaitu Roland Barthes. Saat pertama kali membaca buku Saussure, Barthes melihat kemungkinan untuk menerapkan semiologi untuk bidang yang lainnya. Namun bertentangan dengan Saussure, Barthes memiliki anggapan bahwa semiologi termasuk bidang linguistik, bukan sebaliknya.<sup>55</sup> Versi yang digunakan Barthes jauh lebih sederhana tentang model *glossematic sign* (tanda-tanda glossematic). Membuang dimensi dari bentuk dan substansi, Barthes mengartikan sebuah tanda (sign) sebagai sebuah sistem yang terdiri dari (E) yaitu sebuah ekspresi atau signifier yang dalam hubungannya (R) dengan content (primary sign system) dapat menjadi sebuah elemen dari sebuah sistem tanda yang lebih lengkap dan mempunyai makna yang jauh berbeda dari semula.<sup>56</sup>

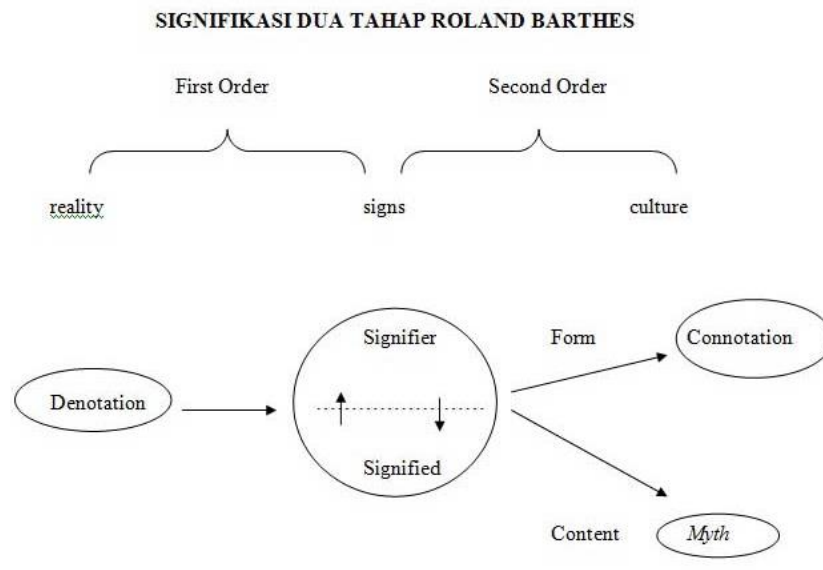
Roland Barthes, seorang pengikut Saussure membuat sebuah model sistematis untuk menganalisis makna dan tanda-tanda. Fokus penelitian Barthes lebih tertuju pada gagasan tentang yang disebut signifikansi dua tahap (*two order of signification*).<sup>57</sup> Seperti terlihat pada gambar dibawah ini:

---

<sup>55</sup> Roland Barthes, *Elemen-Elemen Semiologi: Sistem Tanda Bahasa, Hermeneutika, Strukturalisme*, terj. M. Ardiansyah (Jogjakarta: IRCiSoD, 2012), 9-11.

<sup>56</sup> Wibowo, *Semiotika Komunikasi*, 21.

<sup>57</sup> Sobur, *Analisis Teks Media*, 127.



Gambar 1.2 Signifikasi Dua Tahap Roland Barthes

Roland Barthes adalah seorang penerus pemikiran Saussure. Saussure tertarik pada suatu cara kompleks pembentukan kalimat dan cara bentuk-bentuk kalimat dapat menentukan makna, namun kurang tertarik jika kalimat yang sama bisa saja menyampaikan makna yang berbeda pada orang yang situasinya berbeda. Roland Barthes meneruskan pemikiran Saussure dengan cara menekankan interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan juga kultural penggunanya, interaksi yang terjadi antara konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diinginkan penggunanya. Kemudian gagasan Barthes dikenal dengan “order of signification”.

Tatanan Pertandaan (order of signification) terdiri dari:

1. Denotasi

Makna kamus dari sebuah kata atau terminologi atau objek.

2. Konotasi



Makna-makna kultural yang melekat pada sebuah terminologi.

3. Metafora

Mengomunikasikan dengan analogi

4. Simile

Subkategori metafor dengan menggunakan kata-kata “seperti”.

5. Metonimi

Mengomunikasikan dengan asosiasi. Yaitu dengan cara menghubungkan sesuatu yang kita ketahui dengan sesuatu yang lain.

6. Synecdoche

Subkategori metonimi yang mempunyai makna keseluruhan atau sebaliknya. Maksudnya sebuah bagian digunakan untuk mengasosiasikan keseluruhan bagian tersebut.

7. Intertextual

Hubungan antarteks, yaitu tanda dan dipakai untuk memperlihatkan bagaimana teks saling bertukar yang satu dengan yang lain.<sup>58</sup>

---

<sup>58</sup> Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi.*, 272-273.

### C. Film

Film dalam arti sempit merupakan penyajian gambar melalui layar lebar, tetapi pada arti yang lebih luas juga bisa meliputi siaran pada TV. Film adalah salah satu media massa berupa audio visual & sangat rumit. Film sebagai karya estetis sekaligus alat fakta yang bisa sebagai sarana hiburan, alat propaganda, juga alat politik. Dia juga bisa sebagai sarana rekreasi & pendidikan, pada sisi lain juga bisa berperan menjadi penyebarluasan nilai-nilai budaya baru. Film bisa disebut bioskop atau gambar hidup yang ditafsirkan menjadi karya seni, bentuk terkenal dari hiburan, dan produksi industri atau barang bisnis. Film menjadi karya seni lahir proses kreatif yang menuntut kebebasan kreatif.

Film sebagai media komunikasi audio visual memiliki karakteristik yang unik dan agak berbeda dengan media lain, antara lain:

- a. Memiliki Dampak psikologis yang besar, dinamis, dan mampu mempengaruhi penonton.
- b. Biasanya lebih dramatis dan lengkap dari itu hidup sendiri.
- c. Terdokumentasikan, baik gambar maupun suara.
- d. Mudah disitribusikan dan dipertunjukkan.
- e. Mampu membangun sikap dengan memperhatikan rasio dan emosi sebuah film.

- f. Terilustrasikan dengan cepat sebagai pengejawantahan dari sebuah ide atau sesuatu yang lain.
- g. Interpretatif: mampu menghubungkan sesuatu yang sebelumnya tidak berhubungan.
- h. Mampu menjual sebuah produk dan ide (sebuah alat propaganda yang ampuh).
- i. Mampu menjembatani waktu: baik masa akhirnya, sekarang, dan masa yang akan datang.
- j. Mampu memperbesar dan memperkecil objek; dapat menceritakan sesuatu secara mendetail.
- k. Dapat menunjukkan sesuatu yang kompleks dan terstruktur.
- l. Berorientasi untuk ditampilkan kepada publik.
- m. Bersifat internasional dan membawa ideologi tertentu.<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> Sri Wahyuningsih, Memahami Representasi Pesan Pesan Dakwah Dalam Film Melalui Analisis Semiotik, 278.