

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penyampaian dakwah di era sekarang bisa melalui cara atau metode apapun, perkembangan teknologi yang semakin pesat memudahkan semua orang bisa mengakses dan menerima pesan dakwah melalui beberapa hal.

Komunikasi dakwah merupakan suatu proses penyampaian pesan atau informasi dari seseorang atau sekelompok orang yang bersumber dari Al-Quran dan Hadist ataupun Ijmak Mufakat Ulama. Dengan tujuan mengubah sikap, pendapat, pola pikir atau tatakrama orang lain yang dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung melalui lisan ataupun media.

Dakwah merupakan suatu usaha memindahkan umat dari situasi negatif kepada hal yang positif. Menurut Syekh Abdul Balawy al-Haddad dakwah merupakan mengajak, membimbing dan memimpin orang yang belum mengerti atau sesat jalannya dari agama yang benar, untuk di alihkan kejalan ketaatan kepada Allah, beriman kepada-Nya serta mencegah dari apa yang menjadi lawan kedua hal tersebut, kemaksiatan dan kekufuran.¹

Berbeda dengan apa yang disampaikan Muhammad Natsir, dakwah merupakan usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada individu dan seluruh umat konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di

¹Muhammad Qodaruddin Abdulla, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Pasuruan, CV. Qiara Media, 2019), 3-4.

dunia ini, yang meliputi *amar ma'ruf nahi mungkar*, dengan berbagai macam media dan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengamalannya dalam perikehidupan masyarakat dan perikehidupan bernegara.²

Di dalam dakwah terdapat pesan yang ingin disampaikan oleh penyampaian dakwah atau da'i. Pesan dakwah sendiri saat ini bisa disampaikan atau dengan metode yang beragam, berbeda dengan zaman dulu dimana pesan dakwah disampaikan secara langsung. Pesan dakwah saat ini bisa disampaikan secara langsung, melalui media social seperti instagram, youtube, facebook, dan bisa juga disampaikan secara tersirat melalui logo kegiatan. Seperti yang terdapat pada logo hari santri nasional 2023.

Dalam memperingati hari santri nasional pesantren memberikan kontribusi dalam membangun dan mempertahankan tanah air dan negaranya tidak dapat lagi dipertanyakan. Kehadiran dalam setiap peristiwa perjalanan bangsa Indonesia baik dari masa pra kemerdekaan maupun pada masa pasca kemerdekaan menjadi bukti otentik dari keterlibatannya dalam membangun bangsa ini. Keberadaan dan keterlibatan dalam setiap bidang baik politik, ekonomi, pendidikan, militer dan sebagainya menjadikan nasionalis sejati yang cinta pada tanah airnya. Santri yang turut serta membangun bangsa ini seakan hilang dalam sejarah bangsanya, setelah mendapat masukan serta pendapat dari berbagai pihak yang mendukung dan sembari mendengarkan

²Ibid.,

aspirasi yang berkembang di masyarakat terkait dengan santri yaitu Hari Santri Nasional.³

Hari santri nasional merupakan suatu agenda tahunan yang di peringati oleh masyarakat terutama di kalangan santri di pondok pesantren dengan berbagai macam kegiatan. Peringatan hari santri nasional sangat penting direfleksikan karna menjadi momentum guna memupuk sikap nasionalisme dan menggelorakan dalam aktualisasi kebangsaan. Hari santri nasional ditetapkan oleh presiden Jokowi dalam keputusan presiden pada tanggal 15 oktober 2015. Penetapan tersebut berdasarkan keputusan presiden no.22 tahun 2015. Penetapan HSN digunakan sebagai momentum meneladani semangat jihad ke Indonesiaan para pendahulu kita, semangat kebangsaan, semangat cinta tanah air, semangat rela berkorban untuk bangsa dan negara. Semangat ini adalah semangat menyatukan keberagaman, semangat menjadi satu untuk Indonesia.⁴

Peringatan Hari Santri penting direfleksikan dan menjadi momentum guna memupuk rasa nasionalisme dan menggelorakannya dalam aktualisasi kebangsaan. Salah satu aktualisasi yang dibutuhkan bangsa di era sekarang adalah jihad membangun bangsa. Kesungguhan dalam membangun bangsa mesti di tunjukkan dan dibuktikan oleh semua komponen bangsa. Disinilah

³Moh Harirul Amzad, m. Ansor Anwar, Agus Mahfudin, "Pengaruh Peringatan Hari Santri Nasional Terhadap Sikap Nasionalisme Santri," *Jurnal Pendidikan Islam* 4, No.2 (Desember 2020): 143.

⁴Ibid.

urgensi ruh jihad mesti hadir disemua sendi kehidupan bernegara dan di setiap diri anak bangsa khususnya santri pondok pesantren.⁵

Setiap kegiatan hari santri nasional yang dilakukan hingga sekarang tahun 2023 oleh Negara Indonesia terdapat makna yang terkandung di dalamnya. Mulai dari tema yang diambil, kegiatan yang dilakukan serta makna logo yang digunakan. Logo hari santri nasional 2023 memiliki filosofi yang di dalamnya terdapat pesan dakwah yang di sampaikan.

Logo Hari Santri yang berganti setiap tahunnya, mungkin dilakukan untuk memberikan kesan segar dan aktualitas terhadap perayaan tersebut. Bergantinya logo juga bisa menjadi bagian dari upaya untuk menginspirasi kreativitas dalam merancang dan menginterpretasikan makna hari santri secara berbeda setiap tahunnya. Selain itu, bergantinya logo juga bisa mencerminkan perkembangan dan perubahan nilai-nilai serta semangat yang ingin disampaikan dalam memperingati hari santri setiap tahunnya.⁶

Tujuan dengan adanya logo akan menunjukkan *event* ataupun simbol dari *entitas* (perusahaan/organisasi/lembaga tertentu) yang mewakili kehadiran keseluruhan *entitas* tersebut dalam bentuk visual, dari logo tersebut

⁵Ibid.

⁶ Erika Setiani, Achmad Ichsan Apriansyah, "Titik Dwi Ramthi Hakim, "Analisis Teks Multimodal Pada Logo Hari Santri Nasional 2021 Sebagai Alternatif Media Pembelajaran Poster", (Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia, November 2021), 75.

akan menyampaikan pesan komunikatifnya kepada masyarakat khalayak (*target audience*) yang dibidiknya.⁷

Dari makna logo Hari Santri tersebut terdapat pesan dakwah yang disampaikan, di mana inti dari apa yang disampaikan dalam logo tersebut yaitu seruan untuk para santri agar berjihad melalui Pendidikan di era transformasi dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat. Hal yang sangat menarik dan unik dari hal tersebut bahwasanya penyampaian dakwah saat ini bisa melalui apapun, tidak hanya melalui sosial media, logo kegiatan pun bisa mengandung makna pesan dakwah yang tersirat di dalamnya.



Adapun makna logo yang terkandung di dalamnya yaitu: *Pertama*, warna bendera merah putih dan symbol api yang mengandung makna semangat nasionalisme (*hubbub al-wathan*). *Kedua*, jaringan digital, ini mengandung makna transformasi teknologi digital. *Ketiga*, empat pilar, gambar ini mengandung makna empat pilar kebangsaan di antaranya:

⁷ Erika Setiani, Achmad Ichsan Apriansyah, "Titik Dwi Ramthi Hakim, "Analisis Teks Multimodal Pada Logo Hari

pancasila, UUD 1945, Bhineka Tunggal Ika dan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI).⁸

Pada setiap tahunnya logo Hari Santri Nasional memiliki filosofi yang berbeda-beda, contoh pada tahun 2021 dan 2022. Di tahun 2021 logo hari santri nasional memiliki filosofi lambang air yang jernih dengan memberikan arti kesejukan, dan kesegaran dan elemen bagi kehidupan. Dalam konteks kehidupan sebagai manusia dan warga Negara. Logo tersebut mempertegas bahwasanya santri dan pesantren telah memberikan kesejukan dan kesegaran dan terus memberikan sumbangsih terhadap kehidupan berbangsa dan bernegara dengan memegang prinsip Islam *rahmatan lil alamin*.⁹

Selanjutnya ditahun 2022 mempunyai makna filosofi yang berbeda, yaitu ada enam filosofi logo yang terkandung pada tahun 2022. Antara lain: (1) merangkul. Ini bermakna melindungi, memberi empati dan kepedulian. (2) jabat tangan. Mengandung makna ke akrabab dalam setiap pertemuan, saling berbudaya, memberikan sapa dan mengulurkan tangan dengan saling membantu antar sesama. (3) daun. Daun hijau tidak hanya mengandung makna kehidupan dan energy pada manusia, tetapi juga harapan. (4) infinity. Mempunyai arti symbol matematika yang mewakili konsep tak hingga. (5) matahari. Matahari selalu memberikan cahaya untuk kehidupan manusia dan

Santri Nasional 2021 Sebagai Alternatif Media Pembelajaran Poster", (Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia, November 2021), 75.
asi-digital-QghAw." <https://kemenag.go.id/pers-rilis/rilis-logo-hari-santri-2023-menag-jayakan-negeri-dengan-jihad-intelektual-di-era-transformasi-digital-QghAw>.

⁹ Erika Setiani, Achmad Ichsan Aptiansyah dan Titik Dwi Ramthi Hakim, *Analisis Teks Multimodal pada Logo Hari Santri Nasional 2021 sebagai Alternatif Media Pembelajaran Poster*, (Merdibasa: Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia, Edisi Speasial Mahasiswa, November 2021), 14.

juga merupakan energi alam semesta dan penghuninya, mengandung makna yang tidak pernah habis. (6) mata. Satu-satunya alat penglihatan manusia untuk memandang segala hal. Ini mengandung pesan melihat dan mengamati yang terjadi dan sesuatu yang bisa di buat.¹⁰

Penetapan Hari Santri Nasional tersebut mendapatkan respons dari berbagai kalangan. Respons terhadap penetapan Hari Santri Nasional dapat di kelompokkan menjadi dua, yaitu: kelompok yang setuju dengan penetapan hari santri dan kelompok yang menolak adanya penetapan Hari Santri Nasional. Golongan pro penetapan HSN mayoritas dari kalangan ulama' dan santri salaf tulen yang umumnya berasal dari pesantren-pesantren tradisional. Mereka beralasan bahwa penetapan Hari Santri Nasional merupakan bentuk apresiasi pemerintah terhadap golongan santri yang merupakan salah satu elemen penting dari kehidupan sosial masyarakat Indonesia. Sebuah bentuk penghargaan atas perjuangan-perjuangan yang dilakukan dikalangan pesantren sejak pra kemerdekaan Indonesia maupun dalam rangka mengisi kemerdekaan itu sendiri.¹¹

Adapun golongan kontra penetapan Hari Santri Nasional merupakan organisasi masyarakat maupun santri yang cenderung berpandangan modern. Mereka berpendapat bahwa Hari Santri Nasional tidak terlalu relevan untuk ditetapkan dengan alasan Indonesia merupakan negara multikultur yang berasal dari berbagai budaya dan agama, sehingga kebijakan-kebijakan publik

¹⁰ <https://kemenag.go.id/nasional/mengenal-tema-dan-logo-hari-santri-2022-09xu0s>

¹¹ Izzuddin Ramadhani Ash, *Hari Santri Nasional, (Studi Komparatif Respons Politik Ormas Nahdatul Ulama' Dan Muhammadiyah)*, 2017, 2-3.

yang terlalu sentral seperti penetapan hari santri ditakutkan semacam menjadi pembatas antara santri dan non-santri.¹²

Inti dakwah Islam yaitu menyampaikan sesuatu atau lebih jelasnya untuk meyakinkan orang lain tentang sesuatu. Hal ini sama dengan marketing yang menjual produk. Saat ini dakwah Islam sering disisipkan melalui logo-logo dengan berbagai macam bentuk logo dan mempunyai makna yang berbeda-beda. Maka dari itu, betapa pentingnya mengkaji dan mengembangkan dengan cermat bagaimana sebuah logo dapat dikemas lebih baik hingga mencapai sasaran dan tujuan dakwah Islam yang efektif.

Penggunaan logo dan gambar akan memudahkan orang untuk mengingat karena pada dasarnya, manusia diciptakan untuk lebih mudah mengingat sebuah gambar atau simbol dalam mengenali sesuatu. Logo atau tanda gambar yang terdiri dari bentuk unsur dan warna, merupakan sebuah identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra atau karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi. Logo juga merupakan simbol yang mewakili sosok, wajah dan eksistensi suatu perusahaan atau produk perusahaan.¹³

Gambar dan tulisan sebagai elemen pembentuk logo merupakan sebuah sistem tanda yang bertujuan untuk mengkomunikasikan pesan mengenai jenis isi logo, citra atau bahkan karakter perusahaan kepada masyarakat. Tanda-tanda yang digunakan dalam sebuah logo merupakan

¹²Ibid, 3.

¹³ Jurnal Bahasa Rupa, "(Semiotika Visual Logo Rsu. Surya Husadha Denpasar), 1, No. 1, (2017), 12.

tanda-tanda yang mudah dipahami dan telah disepakati secara konvensional sehingga mampu secara cepat berkomunikasi dengan khalayak.¹⁴

Logo yang baik diharapkan mampu berkomunikasi dengan publik, dimana logo merupakan salah satu bentuk komunikasi visual. Komunikasi visual adalah komunikasi menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan digunakan untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan, dimana arti, makna, atau pesan ini dapat diwakilkan melalui unsur-unsur pembentuk dari logo itu sendiri. Sebuah logo yang baik dan berhasil akan menimbulkan sebuah sugesti yang kuat, membangun kepercayaan, rasa memiliki dan menjaga *image* perusahaan pemilik logo tersebut.¹⁵

Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Analisis Pesan Dakwah Logo Hari Santri Nasional 2021-2023. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis semiotika Roland Barthes. Peneliti akan melakukan secara mendalam dengan menganalisis logo HSN di tahun 2021-2023, dari pesan dakwah yang terdapat di dalamnya.

B. Rumusan Masalah

Dari penjelasan di atas peneliti ingin mengetahui penjelasan tentang penelitian yang akan diteliti. Dan hal tersebut mempunyai tujuan agar mempermudah peneliti dalam melakukan penelitiannya. Menurut latar

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ibid.

belakang masalah yang sudah di jelaskan, ada beberapa masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pesan dakwah dalam logo Hari Santri Nasional 2021-2023?
2. Bagaimana deskripsi yang terdapat pada logo Hari Santri Nasional 2021-2023 menurut perspektif analisis semiotika Roland Barthes?

C. Tujuan Penelitian

Dari penjelasan di atas peneliti ingin mengetahui bagaimana pesan dakwah dalam logo Hari Santri Nasional 2021-2023 dan Bagaimana deskripsi yang terdapat pada logo Hari Santri Nasional 2021-2023 menurut perspektif analisis semiotika Roland Barthes?.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan mengembangkan secara teoritis terkait kajian dibidang komunikasi dan memberikan gambaran yang bersifat keislaman seperti aqidah akhlak dan makna dalam logo Hari Santri Nasional 2021-2023.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini di harapkan dapat menjadi karya tulis yang berbeda dengan karya tulis lainnya. khususnya dalam penelitian tentang pesan dakwah dalam logo Hari Santri Nasional 2021-2023.

E. Definisi Istilah

Untuk lebih meyakinkan dan menghindari kesalahan-kesalahan dalam pengertian sebuah arti atau istilah maka sangat di perlukan penegasan dalam penelitian ini di antaranya:

1. Analisis

Menurut Jogianto (1999:129) Analisis dapat didefinisikan sebagai penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh kedalam bagian-bagian komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan yang terjadi dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikannya.¹⁶

2. Pesan Dakwah

Ilmu dakwah ialah ilmu pengetahuan yang mempelajari gejala penyampaian agama dan proses dan proses keagamaan dalam segala seginya.¹⁷ Dakwah juga bisa di artikan dengan suatu kegiatan penyampaian ajaran Islam dari seseorang kepada orang lain khususnya menyangkut perikehidupan atau tingkah laku manusia.¹⁸

3. Logo

Logo (singkatan dari logorthis) adalah imbalan berbentuk gambar dari nama merek. Logo juga merupakan bentuk identitas atas suatu entitas kepada masyarakat umum. Maka dari itu, logo harus menggambarkan karakteristik suatu organisasi atau produk yang

¹⁶ Hanik Mujiati, *Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Stok Obat Pada Apotek Arjowinangun*, (Universitas Surakarta, September, 2015), 23.

¹⁷ Bela Kumalasari, *Pengertian Dakwah, Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, 2019, 10.

¹⁸ Nisfawati Jalilah, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta Pusat, Prenadamedia Group, 1, 2019), 21.

diwakilinya. Logo berfungsi memberikan suatu branding informasi, memberikan motivasi, mengutarakan emosi, dan untuk promosi.¹⁹

4. Hari Santri Nasional

Hari santri nasional merupakan suatu peringatan untuk menghormati para santri yang ikut membela dan mempertahankan kemerdekaan Republik Indonesia tepatnya pada 22 Oktober yang merujuk pada peristiwa bersejarah yakni seruan Resolusi Jihad yang dikeluarkan oleh KH.Hasyim Asy'ari pada tanggal 22 Oktober 1945.²⁰

F. Kajian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu memiliki fungsi untuk menghindari kesamaan tulisan atau plagiasi khususnya dalam penelitian ini maka penulis mencantumkan beberapa kajian penelitian terdahulu yang memang sudah relevan dan memiliki kaitan terhadap penelitian ini, diantaranya:

1. Pertama, Skripsi *“Analisis Semiotik Charles sandrers Piarce mengenai logo baru perpustakaan Nasional Republik Indonesia”*. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa logo Perpustakaan Nasional Indonesia memiliki symbol bintang sebagai cahaya alam, dan buku yang terbuka sebagai kekayaan perpustakaan. Kedua symbol ini memiliki makna bahwa perpustakaan merupakan pembelajaran seumur hidup, buku menjadi jendela dunia, cahaya dalam mendidik

¹⁹ Richi Fenus Yoselinus, Irwan Harnoko, Nugroho Widya Prio Utomo, *“Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi Griya Sarana Label”*, (Universitas Pradita, Oktober 2022), 239-240.

²⁰ Moh. Harirul Amzad, M. Ansor Anwar, Agus Mahfudin, *“Pengaruh Peringatan Hari Santri Nasional Terhadap Sikap Nasionalisme Santri”*, (Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum “Unipdu”, Jombang Desember 2020), 143.

bangsa kedalam pengetahuan, lembaga yang progresif dan maju, sebuah pembukaan pikiran dan pengetahuan.²¹

Hal ini terdapat kesamaan dengan penelitian yang saya lakukan karena sama-sama meneliti tentang pesan dakwah mengenai analisis terhadap sebuah logo.

2. Kedua, Skripsi “*Pesan Dakwah Logo Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*” Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan tehnik pengumpulan data menggunakan observasi pada logo UIN Sunan Ampel Surabaya.²²

Dalam hal ini terdapat persamaan terhadap penelitian yang saya lakukan. Kesamaan dalam penelitian ini sama-sama fokus terhadap penelitian pesan dakwah dalam logo. terdapat kesamaann, penelitian ini sama-sama menggunakan metode pendekatan kualitatif.

3. Ketiga, Skripsi “*Sebuah Analisis Semiotik Logo Koko Cici Indonesia*”. Peneliti menunjukkan bentuk logo Koko Cici Indonesia. Simbol payung dan lingkaran naga, burung phoenix atau bangau 8 titik merupakan wujud dari identitasnya sebagai organisasi besar yang melindungi persatuan dan kesatuan Koko Cici daerah untuk menjaga keseimbangan, harmonisasi tradisi. Dari tanda-tanda yang diperlihatkan dalam logo tersebut dapat dikatakan bahwa Koko Cici

²¹Rully Khairul Anwar, Irena Alifa Hapsari dan Dian Sinaga, *Analisis Semiotik Charles Sanders Pierce Mengenai Logo Baru Perpustakaan Nasional Republik Indonesia*, Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan Vol. 6, No. 2 (2018), Hal. 123

²²Sukaenah, *Pesan Dakwah Logo Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, (Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya, 2022), 45.

Indonesia sedangkan menjalankan visi misinya lewat event event yang dibuat.²³

Penelitian menggunakan metode pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan terhadap penelitian yang saya lakukan mengenai penelitian pesan dakwah dalam suatu pelantara.

G. KAJIAN PUSTAKA

1. Pengertian Dakwah

Dakwah merupakan suatu kegiatan penyampaian ajaran Islam dari seseorang kepada orang lain khususnya menyangkut peri kehidupan atau tingkah laku manusia. Dakwah juga merupakan proses penyampaian kepada manusia yang bertujuan untuk membawa kepada tujuan akhir, kebahagiaan dunia akhirat. Ajaran Islam yang disampaikan dalam proses dakwah tersebut memiliki cakupan yang sangat luas dengan Al-Qur'an dan Hadist sebagai sumber utama.²⁴

a. Fungsi dan Tujuan Dakwah

a. Fungsi Dakwah

Dakwah mempunyai fungsi yang sangat besar, karena menyangkut aktifitas untuk mendorong manusia melaksanakan ajaran Islam, dakwah berfungsi mengarahkan, memotivasi,

²³ Christina, *Sebuah Analisis Semiotika Logo Koko Cici Indonesia*, Jurnal Komunikasi, Vol 10, No 2, (2016), hal. 264.

²⁴ Fahrur Rozi, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta Pusat, Prenada media Group, 1, 2019), 18.

membimbing, mendidik, menghibur, mengingatkan manusia agar senantiasa beribadah kepada Allah swt, berperilaku yang baik.²⁵

b. Tujuan Dakwah

Proses pelaksanaan dakwah dalam arti mengajak manusia kedalam agama Islam. Tujuan dakwah mengandung arah yang harus ditempuh serta cakupan aktifitas dakwah yang dapat dikerjakan, maka dapat dipahami tujuan adalah suatu yang diharapkan tercapai setelah suatu usaha atau kegiatan selesai. Rasulullah Saw ketika berdakwah di Mekkah, perumusan dakwahnya berbeda dengan di Madinah, materi pesannya ialah bertujuan untuk mengajak beriman kepada Allah. Pada waktu di Madinah objek dakwahnya ialah orang-orang beriman, tujuan pembinaannya agar mereka tetap selalu beramal saleh.²⁶

Ada tiga tujuan dakwah yang terkandung didalamnya, antara lain: *Pertama*, Tujuan dakwah kepada orang-orang kafir, orang kafir adalah orang yang mendustakan Allah dan Rasulnya sekaligus ajaran-ajarannya. *Kedua*, Tujuan kepada ahli kitab (Yunani dan Nasrani) Al-Quran menunjukkan agar da'i berusaha menanamkan keyakinan kepada mereka bahwa Nabi Muhammad Saw adalah rasul terakhir dan kitab suci

²⁵ Dr. Muhammad Qodaruddin Abdullah. M. Sos.I, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Pauruan, CV, Qiara Media, 2019), 11.

²⁶ Ibid, 11.

Alquran adalah petunjuk bagi manusia secara universal. *Ketiga*, Tujuan dakwah kepada orang beriman. Orang mukmin adalah objek dakwah selain orang kafir dan ahli kitab, dakwah kepada orang beriman bertujuan agar mereka tetap selalu istiqomah melaksanakan amal saleh sebagai bukti ketaatan kepada Allah swt.²⁷

b. Metode Dakwah

Ada beberapa macam konsep yang tersaji tentang metode dakwah yang dirumuskan dalam tiga macam, yaitu:

a) Dakwah *Bi Al-Lisan*

Dakwah secara lisan sesungguhnya telah memiliki usia yang sangat tua, yaitu tua umur manusia. Ketika nabi adam mengajak anaknya Qabil dan Habil untuk menaati perintah Allah Swt. Maka nabi adam telah berdakwah secara lisan.

Dakwah *bil-lisan* yang hampir sinonim dengan tabligh secara umum dibagi dengan dua macam. *Pertama*, dakwah secara langsung atau tanpa media, yaitu antara dai dan *mad'uw* berhadapan wajah (*face to face*). Dalam ilmu komunikasi hal semacam ini disebut komunikasi primer. *Kedua*, dakwah menggunakan media (*channel*), yaitu antara da'i dan *mad'uw*

²⁷ Ibid, 15-19.

tidak saling berhadapan dan model komunikasi seperti ini disebut dengan komunikasi skunder.²⁸

b) Dakwah *Bil-Kitabah*

Dakwah Islam tidak hanya terbatas pada kegiatan dakwah *bil-lisan*, akan tetapi juga melalui tulisan (*bil-kitabah*). Dakwah *bil-kitabah* bukanlah bentuk dakwah yang baru muncul kepermukaan, ketika pertama kali ditemukan mesin cetak (*press*), melainkan telah dilaksanakan oleh Rosulullah SAW. Lima belas abad silam.

Dakwah pada saat ini, harus mengoptimalkan pemanfaatan berbagai media yang ada untuk upaya sosialisasi ajaran Islam. Apalagi zaman ini dikenal dengan zaman informasi dan zaman globalisasi, masyarakat sudah sangat akrab dengan media cetak. Maka tuntutan terhadap adanya media cetak Islam atau media massa Islam semakin penting dan mendesak. Sehingga dakwah Islam tidak tertinggal dengan kemajuan zaman dan tidak ditinggalkan oleh pemeluknya yang sudah dipengaruhi oleh budaya global.²⁹

c) Dakwah *Bil-Hal*

Dakwah *Bil-Hal* merupakan istilah yang dimunculkan di Indonesia, sama halnya dengan istilah *halal bihalal*. Kedua istilah tersebut tidak dikenal di arab Saudi, juga di Negara-

²⁸ Prof. Dr. H. Abdullah, M.Si, *Ilmu Dakwah*, (PT. Rajawali Grafindo Persada, Depok, 2019), 29.

²⁹ Ibid, 32.

negara Islam lainnya. Di perkirakan istilah dakwah *Bil-Hal* dimunculkan sekitar tahun 70-an, Namun belum ditemukan rujukan yang menjelaskan siapa sebenarnya penggagas pertama istilah tersebut.

Dakwah *Bil-Hal* sesungguhnya punya makna yang sangat luas, juga bidang yang dicakupnya. Menurut Quraish shihab, dakwah *bil-hal* identik dengan dakwah pembangunan atau pengembangan masyarakat muslim. Lebih lanjut ia mengatakan dakwah *bil-hal* diharapkan dapat menunjang segi-segi kehidupan masyarakat, sehingga pada akhirnya setiap komunitas memiliki kemampuan untuk mengatasi kebutuhan dan kepentingan anggotanya, khususnya dalam bidang ekonomi, pendidikan dan kesehatan masyarakat.³⁰

c. Unsur-unsur Dakwah

Untuk mencapai keberhasilan dakwah maka perlu adanya unsur-unsur dakwah, adapun unsur-unsur dakwah sebagai berikut:

a. Subjek Dakwah (*da'i*)

Subjek dakwah adalah pelaku dakwah atau orang yang menjalankan aktivitas dakwah. Mereka sering disebut dengan *da'i* atau *muballigh*, dan sering kali mereka melakukan dakwah adalah ulama.³¹

³⁰Abdullah, *ilmu dakwah kajian ontologi, epistemologi, aksiologi dan aplikasi dakwah*, (Depok: PT Raja grafindo persada, 2), 29-34.

³¹Ropingi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Malang: Medan, 2016), 50.

b. Objek Dakwah (*Mad'u*)

Objek dakwah atau sasaran *da'i* tersebut sebagai *mad'u*, ialah orang yang menerima dakwah. Seorang *mad'u* biasanya akan menerima pesan dakwah jika apa yang dijelaskan oleh seorang *da'i* itu jelas serta menggunakan sandaran Al-Quran dan Hadist, sopan dan santun, lemah lembut, serta menjadi *Uswatun Hasanah*.

c. Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang *da'i* komunikator kepada *mad'u* untuk mencapai suatu tujuan atau dasar hikmah dan kasih sayang.³² Landasan umum mengenai metode dakwah adalah Al-Quran Surat An-Nahl ayat 125. Pada ayat tersebut terdapat metode dakwah yang akurat. Kerangka dasar tentang metode dakwah yang terdapat pada ayat tersebut adalah *Bi Al-Hikmah, Mau'izhah Hasanah dan Mujadalah*.³³

d. Materi Dakwah

Materi dakwah merupakan isi pokok pembahasan dalam aktivitas dakwah atau isi pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang *da'i* kepada *mad'unya*, yang bersumber dari Al-Quran dan Hadist.

³² Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Raja Gafindo Persada, 2012), 243.

³³ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Paragonatama Jaya, cetakan kedua 2013), 98.

e. Media Dakwah

Media dakwah adalah sarana yang digunakan dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah disebutkan oleh Dedi Mulyana bahwa media bisa merujuk pada alat maupun bentuk pesan baik verbal maupun non verbal seperti cahaya dan suara saluran juga bisa merujuk pada cara penyajian seperti tatap muka langsung atau lewat media seperti surat kabar majalah radio telepon dan televisi.³⁴ Terdapat banyak alat komunikasi apapun yang halal dapat dijadikan sebagai alat media dakwah.

A. Hasjmy menyebut media dakwah dan sarana dakwah atau media dakwah ada enam macam, yaitu: *mimbar* (podium) dan *khitabah* (pidato/ceramah); *qalam* (pena) dan *kitabah* (tulisan); *masrah* (pementasan) dan *malhamah* (drama) seni suara dan seni bahasa; madrasah dan dayyah (surau); serta lingkungan kerja dan usaha.³⁵

Adapun perkembangan media yang dapat digunakan dalam berdakwah saat ini yaitu media auditif, media visual dan media audio visual.

1. Media Auditif

Media auditif merupakan media yang hanya mengandung audio/suara atau bunyi. Adapun yang termasuk media auditif yaitu sebagai berikut:

³⁴ Acep Aripudin, *Pengembangan Metode Dakwah* (Jakarta: Rajagrafindo Persada. 2011), 12.

³⁵ Moh Ali Aziz. *Ilmu Dakwah edisi Revisi* (Jakarta: Kencana 2016), 405.

a) Radio

Begitu kuatnya media ini sampai dijuluki *the fifth estate* (kekuatan kelima) setelah surat kabar sebagai kekuasaan keempat (*the fourth estate*) pada sebuah bangsa. Itulah sebabnya setiap kudeta terjadi di sebuah Negara, radio selalu dikuasai terlebih dahulu untuk mengumumkannya kepada rakyat. Media ini sudah menjadi media dakwah dari zaman dahulu dan tetap eksis sampai saat ini.

b) *Cassete/Tape Recorder*

Media yang telah merekam pendakwah ini telah berkembang lebih canggih. Tidak lagi menggunakan kaset yang susah dimasukkan ke saku. Sekarang cukup dengan alat sebesar jari kelingking semacam MP3 sudah dapat merekam pesan-pesan dakwah berpuluh-puluh jam.³⁶

2. Media Visual

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

a) Pers

Dalam arti sempit pers adalah media massa cetak seperti surat kabar, majalah, tabloid dan sebagainya. Media ini amat besar pengaruhnya jika bisa dimanfaatkan sebagai

³⁶ Ibid. 413.

media dakwah. Ia termasuk dari beberapa media massa pembentuk opini masyarakat.

b) Majalah

Majalah tetap dibedakan dari surat kabar, sebab majalah memiliki karakteristik tersendiri; persiapan lebih lama dan penyajian lebih dalam. Menulis pesan dakwah di majalah juga tidak lepas dari visi redaktornya. Islam dapat dilihat dari sudut pandang manapun dan bisa dikaji dengan pendekatan apapun.

c) Brosur dan Poster

Brosur adalah terbitan tidak berkala yang terdiri dari satu hingga sejumlah kecil halaman, tidak terkait dengan terbitan lain dan selesai dalam sekali terbit.³⁷ Brosur dakwah biasanya sering dibagikan di pintu masjid saat jamaah keluar masjid, bisa juga di jalan raya. Keunggulan dari brosur sebagai media dakwah adalah pengulasan sebuah topic secara singkat, media ini efektif dalam mengiring massa untuk tujuan tertentu. Sedangkan dakwah dengan poster berarti dakwah dengan ketertarikan dan ingatan. Melihat poster bukan dengan satu tujuan, melainkan pekerjaan sambil lalu. Pesan dakwah tidak akan dibaca bila pandangan mitra dakwah tidak tertuju padanya.

³⁷ Ibid. 423.

Ketika pandangan mulai mengarah, ia membaca pesan dakwah tetapi ia mengabaikannya, mungkin melupakannya. Ini berbeda jika pesan ditulis dengan kata-kata yang singkat dan mengenai atau dengan kata lain dakwah dengan bahasa logo.³⁸

d) Buku

Buku merupakan salah satu media dakwah yang banyak digunakan oleh para praktisi dakwah. Berdakwah dengan buku adalah investasi masa depan. Islam telah menjadikan profesi menulis sebagai salah satu amalan yang terpuji, meski seorang penulisnya telah wafat, akan tetapi pahalanya akan terus mengalir yang disebut *amal jariyyah*.

3. Media Audio Visual

Media ini merupakan media yang dapat di dengar dan bisa dilihat, adapun beberapa yang termasuk dalam media ini yaitu sebagai berikut:

a) Televisi

Televisi dijadikan hiburan dan sumber informasi utama bagi kebanyakan masyarakat. Dengan itu, televisi bisa digunakan sebagai media dakwah dalam mengembangkan atau menanamkan ajaran-ajaran Islam. Program-program televisi bisa disajikan dengan memerhatikan keurgenan

³⁸ Ibid. 418.

nilai-nilai Islam.³⁹ Seperti contohnya tanyangan televisi saat ini yang menyajikan pesan dakwah.

b) Cakram Padat

Dalam bahasa inggris cakram padat disebut *Compact Disk* atau CD adalah sebuah piringan optikal yang digunakan untuk menyimpan data secara digital, model-model dakwah bisa direkam dan tersimpan dalam CD, seperti video shalawat Nabi, ceramah agama, alunan ayat Al-Quran dan ajaran Islam lainnya.

c) Internet

Internet adalah sebua jaringan berskala global memanfaatkan perangkat berbasis computer untuk mengirimkan informasi dan memudahkan komunikasi tanpa terbatas oleh jarak serta waktu.⁴⁰ Saat ini seluruh umat manusia di penjuru dunia mayoritas menggunakan internet, bahkan aktivitas kesehariannya pun tidak lepas dengan yang namanya internet. Internet bisa masuk dalam media visual juga bisa masuk dalam media audio visual, sebab internet menyediakan media yang hanya bisa dibaca seperti artikel, jurnal, gambar, opini dan lain sebagainya.

³⁹ Nurliana, “televisi Sebagai Media Dakwah Islam Dlam Kehidupan Masyarakat Indonesia” *Jurnal Peurawi* 3, no. 1, (2020), 130, <https://dx.doi.org/10.22373/jp.v3i1.6768>.

⁴⁰ Jagoan Hosting Tim, Internet adalah: Pengertian, Sejarah Hingga Manfaatnya, diakses dari: <https://www.jagoanhosting.com/blog/internet-adalah/> pada tanggal 14 November, 2021.

Internet dalam dakwah bisa menjadi peluang besar untuk memperluas pesan-pesan dakwah. Seperti youtube, tiktok dan aplikasi lainnya yang bisa menampilkan video, saat ini bukan hanya berisi tentang video hiburan saja, akan tetapi banyak aktivitas dakwah yang sudah ditampilkan di aplikasi-aplikasi tersebut contohnya ceramah agama, shalawat Nabi, acara Islami dan lainnya.

d. Efek Dakwah

Efek dakwah yang biasa disebut *Atsar* dalam bahasa arab yang artinya bekas, tanda atau sisa. Efek dakwah merupakan sebuah *feedback* atau umpan balik dari hasil yang dicapai dari aktivitas dakwah. Lebih mudahnya efek dakwah dapat dipahami sebagai respons yang dirasakan dari seorang *mad'u* kepada *da'i* dari dakwah yang telah disampaikannya, baik dari segi materi, metode maupun media dakwahnya. Positif atau negatif efek dakwah berkaitan dengan unsur-unsur dakwah lainnya.⁴¹

e. Pesan-pesan Dakwah

Pesan dakwah sebuah sesuatu yang disampaikan dalam kegiatan dakwah tersebut. Pesan dakwah terdapat tiga dimensi yang saling terkait yaitu:

1. pesan dakwah yang di eskpresikan dalam bentuk kata-kata.

⁴¹ Bachtiar, Wardi, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah* (Jakarta: Logos, 1997), 36.

2. pesan dakwah yang berkaitan dengan makna yang dapat diterima oleh seseorang.
3. semua pesan dakwah yang dapat diterima maupun dimaknai oleh penerima dengan berbeda.⁴² Dari tiga dimensi tersebut tidak dapat dipisahkan karena sebuah pesan dakwah sendiri tidak hanya terdapat dari kata-kata saja, melainkan juga mengandung makna dan dimensi penerima pesan dakwah oleh seorang mad'u. Dengan demikian pesan dakwah merupakan segala sesuatu yang menjadi isi yang ada didalam saat melaksanakan dakwah, dalam hal tersebut penyampaian pesan dakwah tersebut bisa dilakukan dengan saling bertatapan muka ataupun dengan menggunakan media.

Pesan dakwah sama halnya dengan materi dakwah yaitu ajaran-ajaran yang mencakup dalam bidang akidah, syariah (Ibadah dan Mu'ammalah) dan akhlak yang disampaikan oleh seorang da'i (penyampaian pesan) kepada mad'u (penerima pesan). Semuanya bersumber dengan Al-qur'an, As-sunnah Rasulullah SAW, hasil ijtihad ulama dan peraban Islam.⁴³

Dalam ilmu komunikasi sendiri pesan dakwah yaitu message atau simbol-simbol. Isi dakwah bisa berupa gambar, kata, lukisan dan sebagainya yang bisa dengan mudah dipahami oleh mad'unya.⁴⁴ Bila dakwah melalui lisan maka sebuah ucapan seorang da'i merupakan sebuah pesan dakwah, bila dakwah melalui sebuah tulisan maka tulisan

⁴² Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, 140-141.

⁴³ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2012), 3.

⁴⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Fajar Inter Pratama Mandiri, 2017), 272-273.

itu merupakan pesan dakwah, dan bila dakwah melalui tindakan maka perbuatan seorang da'i tersebut merupakan sebuah dakwah pula.⁴⁵

Terdapat beberapa karakteristik pesan dakwah sebagai berikut:

1) Mengandung kebenaran

Pesan dakwah pada umumnya mengandung kebenaran pada saat menyampaikan pesan dakwah tersebut. Tidak ada pesan yang tidak benar atau negatif. Kebenaran tersebut yaitu pesan dakwah yang bersumber dari sumber-sumber pesan dakwah yang terpercaya untuk di jadikan pesan dakwah. Untuk itu seorang da'i dalam menyampaikan pesan dakwahnya perlu sangat berhati-hati.

2) Membawa pesan perdamaian

Damai merupakan sebuah unsur penting yang harus dikembangkan dalam penyampaian dakwahnya. Tidak adanya pesan dakwah yang mengandung provokasi.

3) Tidak bertentangan dengan nilai-nilai universal

Pada saat penyampaian pesan dakwah kepada mad'u kita harus mengetahui dan mempertimbangkan dahulu bagaimana situasi dan kondisi mad'unya, dikarenakan agar pesan dakwah tersebut dengan mudah diterima oleh mad'unya dikarenakan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan sehari-hari serta tidak bertentangan dengan nilai-nilai universal pada masyarakat di daerah tersebut.

4) Memberi kemudahan bagi penerima pesan

⁴⁵ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, (Jakarta: Fajar Inter Pratama Mandiri, 2017), 142-147.

Seorang da'i pada saat menyampaikan pesan dakwah dituntut untuk menciptakan inovasi baru dalam berkreasi menggunakan materi-materi dakwah yang menarik dari sebelumnya. Da'i pula harus meningkatkan pengetahuan dengan terus belajar dan mau menerima masukan saran-saran dari berbagai informasi yang berkembang pada saat ini.

5) Mengapresiasi adanya perbedaan

Islam sendiri terdapat berbagai macam perbedaan dalam kelompoknya. Dengan itu seorang da'i harus mengelola perbedaan-perbedaan tersebut sehingga yang dihasilkan sebuah kekuatan-kekuatan yang dapat menjadikan kesejahteraan masyarakat dan meningkatnya kualitas umat. Dan tidak menjadikan perbedaan tersebut menjadikan faktor perpecahan belah sesama umat Islam.⁴⁶

f. Tema-tema Pesan Dakwah

Berdasarkan temanya pesan dakwah harus berisi pokok ajaran Islam, pokok ajaran Islam tersebut adalah akidah, syariah, akhlak dan mu'amalah.

1) Akidah

Akidah dalam Al-Quran disebut dengan Iman, yang artinya membenarkan dalam hati, mengucapkan dengan lisan dan melaksanakan dengan amal perbuatan (semua anggota badan).⁴⁷

Dalam ajaran Islam, aspek aqidah secara umum termaktub dalam

⁴⁶ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*, 150-161.

⁴⁷ Wahyuddin, Achmad, M. Ilyas, *Pendidikan Agama Islam* (Grasindo, 2018), 19.

rukun iman (*arkan al-iman*) yang terdiri dari iman kepada Allah, iman kepada Malaikat-Nya, iman kepada kitab-kitab-Nya, iman kepada rasul-rasul-Nya, iman kepada hari akhir dan iman kepada qada dan qadar-Nya.⁴⁸

2) Syariah

Syariat dalam Islam berhubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka menaati semua peraturan dan hukum Allah guna mengatur hubungan antara manusia. Dengan tuhan dan mengatur pergaulan hidup antar sesama manusia.⁴⁹ Hukum syariah dalam Islam terdiri dari hukum wajib, hukum sunnah, hukum mubah, hukum makruh dan hukum haram.

3) Akhlak

Al-ghazali menyebutkan akhlak sebagai suatu sifat yang tetap pada seseorang, yang mendorong untuk melakukan perbuatan yang mudah tanpa membutuhkan sebuah pemikiran.⁵⁰ Ruang lingkup akhlak yang seharusnya diaktualisasikan dalam kehidupan seorang muslim adalah akhlak kepada Allah, akhlak pada manusia dan akhlak alam semesta.⁵¹

⁴⁸ Dicky Zulkarnaen, *Sebuah Pernikahan*, (Jakarta: Rasi Terbit, 2021), 31.

⁴⁹ Hesti Ajeng Raastwaty, "Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Novel "Maaf Untuk Papa" Karya Ria Ricis, (Skripsi, Surakarta: Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023), 22.

⁵⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), 284.

⁵¹ Wahyuddin, Achmad, M. Ilyas, *Pendidikan Agama Islam* (Grasindo, 2018), 20.

4) Mu'amalah

Secara sempit mu'amalah adalah semua transaksi atau perjanjian yang dilakukan oleh manusia dalam hal tukar menukar maupun dalam hal utang piutang. Selain itu mu'amalah dapat diartikan sebagai aturan-aturan dan hukum syariah Islam yang mengatur urusan duniawi agar manusia dapat hidup sesuai dengan syariah. Tak hanya untuk akhirat saja, mu'amalah juga menjaga manusia dari marabahaya dunia.

g. Karakteristik Pesan Dakwah

Berdasarkan karakteristiknya pesan dakwah terbagi menjadi beberapa karakter sebagaimana berikut:

1) Orisinalitas

Orisinalitas merupakan karakteristik pesan dakwah dari teks ayat Al-Quran dan Hadist. Orisinalitas tersebut dimaksudkan bahwa pesan dakwah Islam benar-benar berasal dari Allah SWT.

2) Seimbang

Keseimbangan merupakan posisi di tengah-tengah di antara dua kecenderungan. Dua kecenderungan yang saling bertolak belakang pasti terjadi dalam kehidupan manusia. Ketika ada manusia diliputi nafsu keserakahan, pasti ada manusia lain yang tertindas, Islam mengatur hal ini dengan kewajiban zakat.

3) Universal dan Lengkap

Karakteristik pesan dakwah lainnya adalah universal, artinya mencakup semua bidang kehidupan dengan nilai-nilai mulia yang diterima oleh semua manusia beradab. Ajaran Islam mengatur hal-hal yang paling kecil dalam kehidupan manusia hingga hal yang lebih besar. Dari masalah yang sangat pribadi dalam diri manusia hingga masalah-masalah kemasyarakatan yang lebih luas.⁵²

4) Mudah dan Membawa Kebaikan

Kemudahan ajaran Islam juga menjadi karakter pesan dakwah. Semua perintah Islam bisa ditoleransi dan diberi keringanan jika menemui kesulitan dalam pelaksanaannya. Dalam keadaan terpaksa, perbuatan yang terlarang dapat di maafkan asalkan proporsional dan tidak merugikan orang lain.⁵³

5) Masuk Akal

Ajaran Islam memandang kehidupan secara realistis dengan menempatkan manusia pada kedudukan yang tinggi. Penempatan ini ditandai dengan dorongan manusia untuk selalu menggunakan akal pikirannya secara benar.⁵⁴

1. Pengertian Logo

Logo atau tanda gambar merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra atau karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi. Istilah logo merupakan sebutan

⁵² Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2016), 341.

⁵³ Ibid. 342.

⁵⁴ Jodi Saputra, "Pesan Dakwah Dalam Film 3 Hari Dua Dunia Satu Cinta Karya Beni Setiawan" (Skripsi, Lampung: Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), 25.

umum, jika dilihat lebih spesifik, logo bisa berupa rangkaian huruf, bentuk gambar, atau gabungan huruf dan gambar. Logo berupa huruf disebut *logotype*, logo yang berwujud gambar disebut *logogram* sedangkan logo yang memuat kedua unsur tersebut tidak memiliki sebutan khusus namun biasa disebut logo, sedangkan *per mollerup dalam taxonomy of trademark* memaparkan elemen-elemen pembentuk dalam sebuah logo dapat berupa *picute mark* dan *letter mark* atau biasa disebut dengan elemen gambar dan elemen tulisan. Logo disusun dari berbagai unsur seperti huruf, garis, bentuk-bentuk abstrak, dan warna.⁵⁵

Logo berfungsi sebagai media promosi yang tidak dapat diabaikan, karena mampu menyampaikan pesan dan kesan yang akan memberikan keuntungan besar dan popularitas bagi perusahaan di masa depan. Hal senada di ungkapkan oleh Baroto, logo yang berhasil merupakan aset terbesar bagi perusahaan, yang mungkin nilainya lebih tinggi dibandingkan asset-aset lain yang berupa barang. Pernyataan ini dikuatkan kembali oleh *survey* yang dilakukan oleh Neutron LLC yang merupakan sebuah perusahaan konsultan spesialis bidang branding di Amerika mengenai produk minuman *Coca Cola* dijual tanpa menggunakan logo *Coke/Coca Cola*, maka nilai *market capital-nya* hanya akan mencapai kurang dari 50%.⁵⁶

⁵⁵ Jurnal Bahasa Rupa, “(Semiotika Visual Logo Rsu. Surya Husadha Denpasar), 1, No. 1, (2017), 13.

⁵⁶ Ibid.

2. Semiotika Roland Barthes

Menurut Zoest semiotika merupakan studi tentang tanda, segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda, cara berfungsinya tanda, hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka mempergukannya. Jika studi tentang tanda ini berpusat pada penggolongannya, pada hubungannya dengan tanda-tanda lain, pada caranya bekerja sama dalam menjalankan fungsinya itu adalah kerja dalam “*sintaks semiotic*”. Apabila studi tanda menonjolkan hubungan tanda-tanda dengan acuannya dan dengan interpretasi yang dihasilkan, maka itu merupakan kerja *semantic semiotic*. Apabila studi tanda ini mementingkan hubungan antara tanda dengan pengirim dan penerimanya itu adalah kerja *pragmatic semiotic*.⁵⁷ Dari fungsinya berjalannya penelitian semiotika agar membuahkan hasil maka harus dimulai secara berurutan dari tiga langkah tersebut, dimulai dari sintaks kemudian berlanjut ke semantik dan pragmatik.

Roland Barthes dikenal sebagai salah satu seorang pemikir strukturalis yang giat mempraktikkan model linguistic dan semiologi milik Ferdinand De Saussure. Hubungan antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) yang merupakan pendapat Saussure menghasilkan sebuah makna yang kemudian terbentuk dari konvensi sosial. Roland Barthes mengembangkan dua tingkat pertandaan, yaitu

⁵⁷ Firdaus Azwar Ersyad, *Semiotika Komunikasi* (CV. Mitra Cendekia Media 2022), 4.

menjadi makna denotasi dan makna konotasi yang kemudian dikembangkan lagi berupa teori mitos. Makna denotasi dan makna konotasi yang dimaksud dijelaskan sebagai berikut:

a. Denotasi

Makna denotasi adalah makna objektif tingkat pertama yang dapat diberikan pada simbol, atau dapat dikatakan sebagai makna yang paling benar dari sebuah tanda. Denotasi merupakan tanda yang menggambarkan hubungan antar penanda dan antara petanda atau tanda dan hubungannya dengan realitas produktif makna eksplisit. Nama adalah karakter yang memiliki tingkat kesepakatan atau korespondensi tertentu dengan persetujuan yang tinggi.

Denotasi adalah relasi yang digunakan dalam tingkat pertama, pada sebuah kata yang secara bebas memegang peranan yang penting. Jelasnya makna denotasi merupakan makna langsung, yaitu makna khusus yang terdapat dalam sebuah tanda dan pada intinya dapat disebut sebagai gambaran sebuah petanda. Makna denotasi merupakan makna kata atau kelompok kata yang didasarkan pada penunjukkan yang lugas pada sesuatu diluar bahasa atau yang didasarkan atas konvensi tertentu, sifatnya objektif.⁵⁸

⁵⁸ Sukaenah, "Pesan Dakwah Logo Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya", (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2022), 27.

Dalam semiology Barthes dan para pengikutnya denotasi merupakan sistem signifikasi tingkat pertama sedangkan konotasi merupakan tingkat kedua dalam hal ini denotasi justru lebih diasosiasikan dengan ketetapan makna sebagai reaksi untuk menawan keharfiahan dan denotasi yang bersifat opresif ini, Barthes mencoba menyingkirkan dan menolaknya. Baginya yang ada hanyalah konotasi ia lebih lanjut mengatakan bahwa makna harfiah merupakan sesuatu yang bersifat alamiah.⁵⁹

b. Konotasi

Konotasi adalah makna yang dapat diberikan pada simbol-simbol dimana intraksi terjadi ketika tanda tersebut bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca dan nilai-nilai budayanya. Konotasi dalam kerangka Barthes identik dengan operasi ideology, yang disebut mitos dan berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran pada nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu priode tertentu.⁶⁰

Menurut Berger makna konotasi dari beberapa tanda akan menjadi semacam mitos atau petunjuk mitos (yang menekankan makna-makna tersebut) sehingga dalam banyak hal makna konotasi menjadi perwujudan mitos yang sangat berpengaruh (Berger, 2010:65). Contoh konotasi pada kalimat berikut ‘Bunga

⁵⁹ Alex Shobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, Cetakan Keenam 2016), 71.

⁶⁰ Muhammad Said Harahap, *Peristiwa Dalam Bingkai Foto Jurnalistik* (Medan: Umsu Press, 2020), 34.

desa itu menarik hati'. Konsep bunga yang telah lebih dulu ada dipikiran manusia, kini berubah makna atau mengalami konotasi. Kata bunga pada contoh kalimat di atas berarti gadis, bahwa terdapat gadis di suatu desa yang menarik hati. Bunga dan gadis sebelumnya tidak berkaitan, tetapi bunga dan diinterpretasikan memiliki sifat yang sama seperti cantik, indah dipandang, dan menarik hati.⁶¹

Dengan demikian, teori semiotika Barthes tidak hanya melihat tanda secara denotasi, tetapi juga melihat lebih dalam tanda itu untuk mencari tahu apa artinya (konotasi). Bagi Barthes, konotasi berarti sesuatu yang lain yang diberi nama sebagai mitos.

c. Mitos

Mitos adalah suatu bentuk dimana ideologi tercipta. Mitos muncul melalui suatu anggapan berdasarkan observasi kasar. Mitos dalam semiotik merupakan proses pemaknaan yang tidak mendalam. Mitos hanya mewakili atau mempresentasikan makna dari apa yang nampak, bukan apa yang sesungguhnya. Mitos menurut Roland Barthes adalah tipe ajaran, merupakan sistem komunikasi, sebuah pesan yang memang harusnya disampaikan pada setiap individu yang menerimanya. Hal ini yang menyebabkan kita untuk berpandangan bahwa mitos tidak bisa dijadikan sebagai objek, konsep maupun ide, akan tetapi menurut

⁶¹ Rina Septiana, "Makna Denotasi, Konotasi dan Mitos Dalam Film Who Am I Kein System Ist Sicher ", (Skripsi, Universitas Sam Ratulangi Fakultas Ilmu Budaya, 2019), 2.

Roland mitos adalah cara penandaan sebuah bentuk. Segala sesuatu bisa menjadi mitos apabila disajikan melalui wacana.⁶²

Mitos adalah semiologi tingkat kedua. Tanda pada sistem pertama, menjadi penanda pada sistem kedua. Dalam mitos terdapat dua sistem semiologis yaitu linguistic yang disebut sebagai bahasa objek dan mitos yang disebut dengan metabahasa.⁶³

Tabel 1.1

Peta Tanda Roland Barthes

1. <i>Signifier</i> (Penanda)	2. <i>Signified</i> (Petanda)
3. <i>Denotatif Sign</i> (Tanda Denotatif)	
4. <i>Connotative Signifier</i> (Penanda Konotatif)	5. <i>Connotative Signified</i> (Petanda Konotatif)
6. <i>Connotative Sign</i> (Tanda Konotatif)	

Dari peta Barthes di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri dari atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, hal tersebut merupakan unsur material: hanya jika anda mengenal tanda “singa”, barulah konotasi seperti harga diri, kegarangan, dan keberanian menjadi mungkin.⁶⁴

⁶² Roland Barthes, *Mythologies*, terj: Nurhadi dan A Shihabul Millah, Mitologi (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009), 208.

⁶³ Ibid.

⁶⁴ Alex Shobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung Remaja Rosdakarya, Cetakan Keenam 2016), 69.

Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak hanya sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung makna kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada penandaan dan tataran denotatif. Konotasi dan denotasi sering dijelaskan dalam istilah tingkatan representasi atau tingkatan nama.⁶⁵

⁶⁵ Ibid.