

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Komunikasi Dakwah

1. Komunikasi dan Dakwah

Definisi komunikasi menurut istilah berasal dari bahasa latin “*communis*” yang dapat diartikan membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar kata lainnya yaitu “*communico*” yang mempunyai arti “berbagi”. Maksud berbagi adalah berbagi pemahaman bersama melalui pertukaran pesan.¹³ Definisi komunikasi secara sederhana merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu.¹⁴

Makna komunikasi dan dakwah nantinya secara konseptual berbeda akan tetapi secara opsional keduanya memiliki persamaan.¹⁵ Ajaran Islam bisa tersebar diseluruh dunia tidak terlepas dari proses dakwah dan proses komunikasi. Dalam Hal ini proses penyampaian dan penerimaan informasi kepada orang lain merupakan komunikasi, sedangkan informasi yang disampaikan berupa pesan ilahi, pesan agama, nilai-nilai dan ajaran Islam merupakan inti dari dakwah.¹⁶

Dalam hal ini fungsi dari komunikasi dakwah tidak hanya sekedar pada “*how to communicates*” atau bagaimana mengkomunikasikan, melainkan mampu menjadi jembatan dalam perubahan sikap, pandangan dan perilaku mad’u sebagai penerima pesan dakwah baik individu maupun kelompok.¹⁷

¹³ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2007), hlm. 10.

¹⁴ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 4.

¹⁵ Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 3.

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 4.

¹⁷ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, hlm. 37.

2. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa, menurut Prof Ali Aziz dakwah berasal dari bahasa arab (دعوة) da'watan yang berarti panggilan, ajakan, dan seruan.¹⁸

Dakwah dalam arti menyeru terdapat dalam Al-Qur'an sebagaimana firman Allah dalam surat Yunus ayat 25:

وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَىٰ دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَن يَشَاءُ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُّسْتَقِيمٍ (٢٥)

Artinya:

“Dan Allah Menyeru (manusia) ke Darus Salam (surga), dan memberikan petunjuk kepada orang yang Dia Kehendaki ke jalan yang lurus (Islam)”.¹⁹

Sedangkan menurut Syukir dalam ilmu tata bahasa arab, kata dakwah berbentuk isim masdar yaitu berasal dari fi'il (kata kerja) da'a – yad'u- da'watan yang artinya memanggil, mengajak, menyeru.²⁰

Dengan demikian dakwah secara bahasa (etimologi) adalah proses penyampaian pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan, seruan atau himbauan.

Sedangkan pengertian dakwah ditinjau dari segi istilah, terdapat pendapat para ahli yang merumuskan pengertian dakwah, diantaranya:

Dzikron Abdullah berpendapat semua usaha untuk menyebarkan Islam dan merealisasikan ajaran di tengah masyarakat dan kehidupannya agar mereka memeluk agama Islam dan mengamalkannya dengan baik adalah dakwah.²¹

Menurut Samsul Munir Amin, yang berpendapat bahwa dakwah merupakan suatu aktivitas yang dilakukan dengan sadar dalam rangka menyampaikan pesan-pesan agama Islam kepada orang lain agar mereka menerima ajaran Islam tersebut dan menjalankannya dengan baik dalam kehidupan individu maupun masyarakat untuk mencapai kebahagiaan

¹⁸ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 3.

¹⁹ *Al-Kalam digital versi 1.0*, (Bandung: Penerbit Diponegoro, 2009), hlm. 211.

²⁰ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlâs, 1983), hlm. 17.

²¹ Dzikron Abdullah, *Metodologi Dakwah*, (Semarang : Fakultas Dakwah IAIN Walisongo), hlm. 7.

dunia maupun akhirat dengan menggunakan berbagai media dan cara-cara tertentu.²²

Sedangkan dakwah menurut Wardi Bhatiar adalah upaya mengubah situasi kepada situasi yang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, atau proses mengajak manusia ke jalan Allah yaitu Islam.²³

Dari definisi di atas memang terdapat persamaan dan perbedaan pendapat para ahli dakwah, namun bila dikaji bersamaan dan perbedaan tersebut dapat disimpulkan pengertian dakwah adalah sebagai berikut:

1. Proses penyebaran agama Islam kepada orang lain supaya mereka memeluk agama Islam.
2. Usaha yang dilakukan atau diselenggarakan berupa mengajak orang lain untuk beriman dan mentaati perintah Allah SWT, amar ma'ruf atau perbaikan dan pembangunan masyarakat serta nahi munkar.
3. Dakwah itu merupakan suatu aktivitas atau usaha yang dilakukan dengan sengaja atau sadar.
4. Dakwah merupakan aktivitas yang bersifat menyeru, mengajak atau memanggil dengan metode tersendiri sesuai dengan kaidah Islam.
5. Usaha tersebut dimaksudkan untuk mencapai cita-cita dari dakwah itu sendiri yaitu kebahagiaan manusia di dunia maupun di akhirat.

Berdasarkan uraian di atas maka dakwah secara istilah dapat diartikan sebagai upaya dan kegiatan baik berupa ucapan maupun perbuatan mengajak atau menyeru orang lain agar mengetahui, menghayati, serta mengamalkan ajaran-ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari agar dapat meraih kebahagiaan dan keselamatan di dunia maupun di akhirat.

3. Unsur-Unsur Dakwah

Pada kegiatan berdakwah terdapat komponen-komponen yang harus selalu ada di dalamnya yaitu disebut dengan unsur-unsur dakwah. Prof Ali Aziz menyebutkan unsur-unsur dakwah ada 6 komponen yaitu :

²² Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah 2008), hlm. 7.

²³ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1997), hlm. 31.

1. Subjek Dakwah / Da'i

Subjek dakwah atau biasa dikenal dengan sebutan da'i merupakan orang yang menyampaikan pesan atau menyebarkan ajaran agama Islam kepada masyarakat luas. Da'i secara praktis dikelompokkan menjadi dua pengertian. Pertama, da'i dalam artian setiap muslim atau muslimat yang melakukan kegiatan dakwah sebagai bentuk kewajiban sebagai umat Islam yang sudah melekat dan tidak dapat dipisahkan sesuai dengan perintah untuk menyeru manusia dengan hikmah. Kedua, da'i dalam artian mereka yang memiliki keahlian tertentu di dalam bidang dakwah kemudian mempraktekkan keahlian tersebut untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan memperhatikan penguasaan konsep, teori, maupun metode tertentu di dalam berdakwah.

Subjek dakwah atau da'i merupakan unsur yang terpenting dalam kegiatan dakwah karena da'i disini sebagai pelaku yang paling menentukan suksesnya kegiatan dakwah misalnya dilihat dari kebripiannya, cara penyampaian, penguasaan materi, dan sebagainya.

2. Objek Dakwah / Mad'u

Objek dakwah atau dikenal dengan sebutan mad'u adalah masyarakat yang menerima dakwah. Mad'u baik individu maupun kelompok terdiri dari berbagai macam karakter dan strata yang berbeda-beda. Oleh karena itu seorang da'i dalam dakwahnya harus memahami karakter dan tingkat pemahaman dari mad'u agar pesan-pesan dakwah dapat diterima oleh mad'u dengan baik.

3. Materi / Pesan Dakwah

Materi dakwah adalah pesan yang dibawakan da'i untuk disampaikan kepada mad'u dalam kegiatan dakwah. Materi dakwah ini merupakan ajaran-ajaran Islam yang berpegang dari dua sumber utama yakni Al-Qur'an dan hadits. Materi dakwah kemudian mengandung tiga prinsip ajaran Islam yaitu akidah, syariah, dan akhlak.

4. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah. Dalam hal ini, penggunaan media yang tepat akan menghasilkan dakwah yang efektif. Dewasa ini media dakwah harus menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman agar pesan dakwah bisa diterima tepat sasaran.

Media dakwah disebut juga *wasilah* dakwah. Hamzah Ya'qub membagi media dakwah ini menjadi lima macam yaitu :²⁴

1) Lisan

Lisan termasuk ke dalam media dakwah yang paling sederhana yaitu menggunakan lidah dan suara. Bentuk dakwah menggunakan lisan contohnya seperti pidato, ceramah, kuliah, penyuluhan dan sebagainya.

2) Tulisan

Media dakwah tulisan contohnya buku, majalah, surat kabar, spanduk, pamflet, dan sebagainya.

3) Lukisan, gambar-gambar, karikatur, dan karya seni lainnya juga dapat digunakan sebagai media dakwah.

4) Audio Visual

Audio visual merupakan media dakwah berupa alat yang bisa merangsang indra pendengaran atau indra penglihatan atau bisa merangsang kedua-duanya. Media dakwah audio contohnya radio, tape recorder, rekaman dan sebagainya, sedangkan media dakwah audio visual seperti halnya televisi, video di *Youtube* dan masih banyak lagi.

5) Akhlak

Akhlak merupakan media dakwah berupa perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran islam. Dalam hal ini da'i bisa menceritakan bagaimana akhlak Rasulullah, para sahabat, orang-orang sholih di masa lampau bahkan akhlak baik dari da'i sendiri

²⁴ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 105.

bisa menjadi media dakwah agar bisa dijadikan teladan oleh mad'u.

5. Metode Dakwah.

Metode dakwah adalah cara-cara tertentu untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u baik individu, kelompok, maupun masyarakat luas agar pesan dakwah menjadi mudah diterima. Metode dakwah hendaknya mendapatkan perhatian serius dari para da'i karena sebuah metode dakwah harus tepat dan sesuai dengan kondisi mad'u sebagai penerima pesan dakwah.

Terdapat beberapa metode dakwah yang bisa digunakan oleh da'i dalam menyampaikan pesan dakwah yaitu metode dakwah *Bil-Lisan* (dakwah melalui lisan), metode dakwah *Bil-Qalam* (dakwah melalui tulisan), dakwah *Bil-qal* (dakwah melalui amal nyata atau keteladanan), serta metode dakwah *hikmah, mau'idzah khasanah*, dan *mujadalah*.

6. Efek Dakwah

Proses penyampaian pesan dakwah dari seorang da'i kepada mad'u melalui media dakwah dengan menggunakan metode tertentu akan menimbulkan sebuah respon atau efek dakwah. Efek dakwah atau sering disebut sebagai respon atau *feedback* juga perlu mendapat perhatian dari seorang da'i.

Hal ini menjadi tolak ukur keberhasilan dari kegiatan dakwah. Melalui respon mad'u seorang da'i bisa menentukan langkah-langkah dakwah berikutnya. Tanpa memperhatikan respon mad'u maka kesalahan-kesalahan dalam memilih strategi, pendekatan, metode dalam berdakwah akan terulang kembali. Sebaliknya, apabila da'i menganalisis efek dakwah maka kesalahan-kesalahan dalam berdakwah dapat diketahui sehingga bisa menyempurnakan kegiatan dakwah dengan langkah-langkah selanjutnya, strategi yang di anggap baik bisa lebih ditingkatkan lagi.

Sebuah kegiatan dakwah dilakukan sebagai upaya mencapai tujuan untuk mempengaruhi mad'u ke dalam 3 aspek yaitu pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*) dan perilaku (*behavioral*). Kemudian Prof Ali Aziz dalam buku Ilmu dakwah menjelaskan tiga aspek perubahan tersebut secara lebih lanjut yaitu :²⁵

1. Efek Kognitif.

Setelah mad'u menerima pesan dakwah mereka akan menyerap isi pesan dakwah tersebut melalui proses berfikir. Efek kognitif ini muncul apabila mad'u mengalami perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dimengerti tentang isi dakwah. Oleh karena itu pesan dakwah diharapkan akan mengubah cara berpikir dari seorang mad'u tentang ajaran-ajaran agama sesuai dengan pemahaman yang sebenarnya. Adapun proses-proses berpikir akan melalui beberapa tahap yaitu :

- 1) Dari proses berpikir akan timbul masalah atau kesulitan yang harus dipecahkan.
- 2) Tahap mencari dan mengumpulkan bukti atau fakta yang dianggap berkaitan dengan pemecahan masalah.
- 3) Tahap penemuan atau pemahaman, maka menemukan cara untuk memecahkan masalah.
- 4) Kemudian tahap dilanjutkan dengan menyempurnakan dan mencocokkan hasil pemecahan.

Setiap proses berpikir seseorang tidak sama dengan proses berpikir orang lain, hal ini dipengaruhi oleh bermacam-macam faktor. Faktor-faktr tersebut diantaranya bagaimana seseorang melihat dan memahami suatu masalah, situasi yang sedang dialami dan situasi dari luar yang dihadapi, termasuk pengalaman-pengalaman dan tingkat kecerdasan orang tersebut.

²⁵ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hlm. 391.

2. Efek Afektif

Pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i dapat memberikan pengaruh perubahan sikap mad'u yang menerima pesan dakwah, hal inilah yang disebut dengan efek afektif. Pada tahap ini mad'u sebagai penerima dakwah dengan perhatian dan pemikirannya terhadap pesan dakwah yang ia terima akan membuat keputusan apakah menerima atau menolak pesan dakwah.

3. Efek Behavioral

Efek behavioral berkaitan dengan pola tingkah laku mad'u dalam merealisasikan pesan dakwah yang telah diterima dalam kehidupan sehari-hari. Efek ini muncul setelah mad'u melalui tahap kognitif dan afektif. Seseorang akan mau bertindak atau bertingkah laku setelah ia mengerti dan memahami apa yang telah diketahui, kemudian merasuk dalam perasaannya sehingga timbul keinginan untuk bertindak atau bertingkah laku. Kaitannya dengan dakwah, jika dakwah sudah dapat menyentuh aspek behavioral ini yaitu bisa mendorong manusia untuk menerapkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari maka dakwah tersebut sudah bisa dikatakan berhasil dengan baik karena efek behavioral inilah tujuan final dari dakwah.

B. Tinjauan Tentang Pesan Dakwah

1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah perintah, nasehat, permintaan, amanat yang disampaikan oleh orang lain. Pesan dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan sumber kepada penerima. Sedangkan pesan dakwah berarti isi atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u dalam kegiatan berdakwah.

Menurut Moh. Natsir pesan dakwah lebih kepada menitikberatkan gambaran se jelas mungkin tentang bagaimana konsep Islam dalam mengatur kehidupan manusia. Pesan dakwah merupakan sebuah motivasi

kepada manusia agar memiliki semangat mencapai kehidupan yang baik dalam segi materiil maupun spiritual, serta menjadikan keberadaan agama sebagai problem solving terhadap permasalahan yang dialami manusia.²⁶

Sedangkan menurut Tasmara pesan dakwah merupakan isi pesan yang cakupannya hampir meliputi semua bidang kehidupan. Sumbernya berasal dari Al-Qur'an dan Sunnah karena keduanya diyakini sebagai pedoman bagi setiap tindak kehidupan orang muslim.²⁷

Al – Qur'an merupakan sebuah kitab suci yang berisi risalah-risalah Allah yakni berupa berita dan pesan-pesan dakwah yang harus disampaikan kepada manusia supaya mereka ingat akan balasan dari setiap perbuatannya selama hidup di dunia. Allah menjelaskan perihal ini dalam firmanNya yang termaktub dalam Surat Al – Ahzab (33) ayat 39 yang berbunyi :

الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَكَفَى بِاللَّهِ حَسِيبًا (٣٩)

Artinya :

“(yaitu) orang-orang yang menyampaikan risalah-risalah Allah, mereka takut kepada-Nya dan tidak merasa takut kepada siapa pun selain kepada Allah. Dan cukuplah Allah sebagai Pembuat perhitungan.”²⁸

Para rosul merupakan orang-orang yang diutus oleh Allah SWT untuk menyampaikan risalah-risalah Allah dengan kata lain menyampaikan pesan dakwah kepada manusia. Risalah-risalah Allah meliputi semua bidang kehidupan yang kemudian Muhammad Natsir membaginya ke dalam tiga pokok utama yaitu :

1. Pertama, risalah untuk menyempurnakan hubungan manusia dengan Tuhan-Nya (hablum minallah). Dalam hal ini berarti mengimani adanya Allah, mentauhidkan-Nya dan tidak menyekutukan-Nya.

²⁶ Thohir Luth, *Dakwah dan Pemikirannya* (Jakarta : Gema Insani Press, 1999), hlm. 71.

²⁷ Nurasih Ismail, *Pesan Dakwah tentang Nikah di Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Pesan Dakwah pada Akun Instagram @nikahbarokah)*, (UIN Sunan Gunung Djati Bandung : Skripsi, 2017), hlm. 17.

²⁸ *Al-Kalam digital versi 1.0*, hlm. 423.

Menjalankan seluruh kewajiban yang diperintahkan Allah seperti sholat, zakat, puasa, berdzikir, berdoa dan lain sebagainya serta menjauhi semua larangan-Nya.

2. Kedua, risalah untuk menyempurnakan hubungan manusia dengan sesama manusia (*hablum minannas*). Hal ini diantaranya tentang saling tolong menolong sesama muslim, bersedekah bagi orang miskin, berbuat baik kepada semua orang, dan sebagainya.
3. Ketiga yaitu risalah untuk menyeimbangkan (*tawazun*) antara keduanya karena pada prinsipnya *hablum minallah* dan *hablum minannas* adalah dua hal yang tidak boleh dipisahkan. Misalnya perintah keutamaan sholat berjamaah, sholat termasuk kategori *hablum minallah* tetapi dengan berjamaah berarti dilakukan bersama-sama dengan manusia. Perintah zakat adalah untuk memenuhi kewajiban kepada Allah akan tetapi penerapannya memberikan harta sesuai yang di tentukan kepada manusia, Allah memerintahkan untuk berpuasa agar bisa mendapatkan pelajaran bisa merasakan manusia lain yang tidak bisa makan dan minum.

Dari beberapa pengertian di atas pesan dakwah adalah pesan-pesan yang secara garis besarnya bersumber dari Al-Quran dan hadits, disampaikan untuk mengatur kehidupan manusia agar menjalankan kehidupan sesuai ajaran Islam demi terciptanya kehidupan yang bahagia dan selamat dunia akhirat.

Sementara itu dalam pelaksanaannya pesan dakwah lebih merujuk kepada isi dakwah yang berupa kata-kata, simbol-simbol, gambar, lukisan, tulisan dan sebagainya yang dianggap bisa memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku pada mad'u atau penerima dakwah.²⁹ Pesan dakwah dapat digambarkan seperti halnya apabila pendakwah atau da'i berdakwah melalui tulisan maka apa yang diucapkan da'i itulah pesan dakwah, apabila dakwah melalui lisan maka apa yang diucapkan da'i

²⁹ Moh Ali Aziz, *Ilmu dakwah*, hlm. 271.

itulah pesan dakwah, dan apabila da'i berdakwah melalui tindakan maka perbuatan baik yang dilakukan itulah pesan dakwah.

Kegiatan berdakwah merupakan komunikasi yang menggambarkan bagaimana seorang komunikator dakwah (da'i) menyampaikan dakwah lewat bahasa atau lambang, simbol-simbol tertentu kepada mad'u melalui media. Lambang yang paling banyak digunakan adalah bahasa karena bahasa lah yang dapat mengungkapkan pikiran, gagasan, fakta, opini dan lain sebagainya.³⁰ Tanpa bahasa, hasil pemikiran sebagai isi pesan tersebut tidak dapat di dakwahkan.

Armawati Arbi mengatakan bahasa merupakan kata-kata. Seorang da'i harus menyampaikan pesan dakwah secara profesional yakni dengan menekuni dan mendalami semua tentang pesan dakwah tersebut.³¹ Perintah ini tersirat di dalam isi ayat Al-Quran QS. At – Taubah (9) Ayat 122 yang berbunyi :

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ
وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ (١٢٢)

Artinya :

“Dan tidak sepatutnya orang-orang Mukmin itu semuanya pergi (ke medan perang). Mengapa sebagian dari setiap golongan di antara mereka tidak pergi untuk memperdalam pengetahuan agama mereka dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali, agar mereka dapat menjaga dirinya.”³²

Apabila dikaitkan dengan dakwah, firman Allah diatas merupakan perintah untuk menyajikan dakwah yang profesional yaitu dengan mendalami pengetahuan.³³ Pesan dakwah harus dikemas dalam bentuk program-program yang menarik. Hal ini sejalan dengan penyampaian

³⁰ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 98.

³¹ Armawati Arbi, *Psikologi Komunikasi dan Tabligh*, (Jakarta: AMZAH, 2012), hlm. 254.

³² *Al-Kalam digital versi 1.0*, hlm. 206.

³³ *Ibid.*, hlm. 254.

pesan dakwah melalui quotes, gambar, dan infografis-infografis menarik di media sosial yang sedang marak digunakan saat ini dan menjadi objek penelitian ini.

2. Sumber – Sumber Pesan Dakwah

Menurut Moh Ali Aziz pada dasarnya pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadist yang menjadi sumber utamanya. Pesan dakwah secara garis besar terbagi menjadi dua yaitu pesan dakwah utama Al-Qur'an dan Hadis, serta pesan dakwah tambahan atau penunjang yakni pesan yang selain dari Al-Qur'an dan Hadis) yang selengkapnya dijelaskan dibawah ini :³⁴

1. Al – Qur'an

Al- Quran menjadi sumber pesan dakwah yang utama dan paling kuat. Al-Qur'an di dalamnya memuat ringkasan seluruh wahyu Allah SWT yang diturunkan kepada nabi-nabi terdahulu. Selain itu Al-Quran banyak menjelaskan kisah-kisah terdahulu serta sebagian lain berisi hukum-hukum yang bisa dijadikan pelajaran sekaligus pedoman dalam kehidupan. Begitu pula dengan keaslian Al – Qur'an, mulai dari diturunkan melalui malaikat Jibril kepada nabi Muhammad SAW hingga saat ini tidak pernah ada yang memalsukan sehingga selalu terjaga keasliannya sebagai petunjuk yang benar.

2. Hadits

Hadits merupakan semua hal yang disandarkan kepada Nabi Muhammad SAW yaitu perkataan, perbuatan, ketetapan serta persetujuan dari Nabi SAW. Setiap perkataan, perbuatan, dan semua hal yang berasal dalam diri Nabi SAW termasuk persetujuan Nabi SAW merupakan petunjuk kebenaran. Ketika suatu perkara tidak jelaskan di dalam Al-Qur'an maka perkara tersebut akan dijelaskan di dalam hadits sehingga di dalam dakwah hadits menjadi sumber pesan dakwah yang kedua.

³⁴ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hlm. 273.

3. Pendapat Para Sahabat Nabi SAW

Sahabat nabi adalah orang yang semasa hidupnya pernah bertemu dengan Nabi Muhammad SAW. Para Sahabat beriman kepada Nabi, pernah belajar langsung dengan Nabi SAW, serta dekat dengan Nabi SAW. Dengan demikian pendapat Para Sahabat Nabi Muhammad SAW bernilai tinggi sehingga dapat dijadikan sebagai sumber pesan dakwah.

4. Pendapat Ulama

Ulama yang dimaksud adalah ulama yang beriman, menguasai ilmu pengetahuan, berpegang dengan Al-Qur'an dan Hadits serta menjalankannya. Pendapat para Ulama merupakan hasil pemikiran yang mendalam berdasarkan sumber hukum utama yakni Al-Qur'an dan hadits serta telah di diskusikan dengan ulama-ulama lain. Oleh karena itu pendapat-pendapat yang telah disepakati, yang paling kuat argumentasinya dan yang paling baik nilai manfaatnya dapat di ambil sebagai sumber pesan dakwah.

5. Hasil Penelitian Ilmiah

Hasil penelitian ilmiah juga bisa dijadikan sebagai sumber pesan dakwah. Misalnya saja penelitian tentang ayat Al-Qur'an yang bisa menjelaskan tentang isi kandungannya, makna yang tersirat dari ayat tersebut dan sebagainya, sehingga membuat seseorang bisa lebih memahami ayat tersebut. Terlebih apabila berdakwah di hadapan mad'u yang modern atau berdakwah kepada orang-orang sekuler, menyertakan bukti-bukti yang dapat diterima oleh akal pikiran mereka sangat penting demi suksesnya kegiatan berdakwah.

6. Kisah dan Pengalaman Teladan

Dakwah akan berhadapan dengan berbagai tipologi mad'u. Berdasarkan usia ada mad'u anak-anak, remaja, dewasa dan lansia. Berdasarkan tingkat pendidikan ada yang berpendidikan rendah, menengah, dan berpendidikan tinggi. Ada masyarakat desa dan ada

masyarakat kota. Sehingga pesan dakwah harus menyesuaikan dengan tipologi mad'u tersebut. Dalam hal ini seperti menggunakan Kisah dan Pengalaman Teladan untuk berdakwah kepada anak-anak yang pada dasarnya suka dengan dongeng dan cerita. Cara menyampaikan dakwah kepada anak-anak yang paling mudah dipahami adalah menceritakan kisah-kisah teladan orang terdahulu, tidak memungkinkan menyampaikan pesan dakwah dengan ayat Al-Quran atau menggunakan sumber pesan dakwah lainnya.

7. Berita dan Peristiwa

Al-Quran dan hadits banyak menceritakan berita atau kabar serta Peristiwa-peristiwa terdahulu. Berita dan peristiwa seperti inilah yang dapat dijadikan sebagai sumber pesan dakwah. Di dalam Al-Qur'an berita sering diistilahkan dengan kata al-Naba yaitu berita yang penting, terjadinya sudah pasti dan membawa nilai manfaat yang besar.

8. Karya Sastra

Karya sastra identik dengan bahasanya yang indah, menyentuh perasaan dan memiliki nilai kebijaksanaan. Sumber pesan dakwah karya sastra contohnya digunakan untuk berdakwah kepada kalangan pemuda yang lebih suka kata-kata bijaksana dan penuh keindahan, dengan menggunakan karya sastra yang demikian pasti lebih menarik perhatian.

9. Karya Seni

Pesan dakwah juga bisa disampaikan melalui karya seni. Pesan ini mengandung keindahan dan makna yang tersirat. Contohnya kaligrafi yang menggambarkan suatu keindahan dalam menulis kalam Allah SWT, atau karikatur yang bisa menggambarkan suatu fenomena. Akan tetapi mungkin tidak semua orang bisa mengetahui makna yang tersirat di dalamnya atau memaknainya dengan berbeda-beda antara satu orang dengan orang yang lain. Oleh karena itu pesan dakwah karya seni lebih

baik disampaikan kepada para seniman atau orang-orang yang memiliki jiwa seni yang tinggi.

3. Kategori Pesan Dakwah

Pesan Dakwah tidak berbeda dengan pokok-pokok ajaran Islam. Secara garis besar pesan dakwah diklasifikasikan menjadi tiga masalah pokok. Asmuni Syukir dalam bukunya dasar-dasar strategi Islam, membagi pesan dakwah menjadi tiga klasifikasi antara lain:³⁵

1. Pesan dakwah akidah

Akidah meliputi keyakinan hati dan pembenaran terhadap sesuatu yang meliputi Iman kepada Allah, Iman kepada Malaikat-malaikat-Nya, Iman kepada Kitab-kitab-Nya, Iman kepada Rasul-rasul-Nya, Iman kepada Hari Kiamat dan Iman Kepada Qada dan Qodar yang baik maupun buruk.

2. Syariah

Pesan dakwah syariah dibagi menjadi dua aspek. Pertama, aspek ibadah yang berarti aturan tentang hubungan manusia dengan Allah SWT (Thaharah, sholat, puasa, zakat, haji). Kedua, aspek muamalah yang berarti aturan-aturan tentang hubungan manusia dengan manusia dalam rangka memenuhi kepentingan dan kebutuhan hidup, baik itu primer maupun sekunder (hukum perdata: Hukum niaga, hukum nikah, dan hukum waris. Hukum publik : Hukum pidana, hukum negara, hukum perang dan damai).

3. Akhlak

Pesan dakwah akhlak meliputi akhlak terhadap Allah Swt. dan akhlak terhadap makhluk Allah yang meliputi: akhlak terhadap manusia, akhlak terhadap diri sendiri, akhlak terhadap tetangga, akhlak terhadap masyarakat, akhlak terhadap tumbuhan dan hewan.

Mengenai kategori pesan dakwah ulama lain membagi pokok ajaran Islam dengan mengambil intisari dari surat Al-Fatihah. Rasulullah SAW menyebut surat Al-Fatihah dengan *Umm al-Kitab* yang di dalamnya

³⁵ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlās, 1983), hlm. 60-64.

terdapat tiga tema pokok yaitu Akidah, Syariah, dan Akhlak. Berdasarkan hadits Nabi SAW yang diajarkan oleh malaikat jibril disebut Iman, Islam dan Ihsan yang mana Iman adalah akidah, Islam adalah syariah, dan Ihsan adalah akhlak.

C. Media Sosial Instagram

1. Pengertian Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, menambahkan *caption* dan membagikannya kepada pengguna lain khususnya *followers*.³⁶

Instagram pertama kali diluncurkan oleh CEO dari Burbn, Inc Kevin Systrom dan Mike Krieger pada bulan Oktober 2011. Kevin peluncur media sosial tersebut menyebutkan bahwa Instagram bukan sekedar sebuah aplikasi foto, lebih dari itu Instagram adalah sebuah cara baru untuk berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto.³⁷

Instagram menjadi media sosial yang disukai karena kemudahan dan kecepatannya dalam berbagi foto maupun video serta fitur-fitur yang tersedia didalamnya. Adapun fitur-fitur Instagram antara lain:

1. Galeri

Galeri merupakan sebuah ruang di Instagram untuk pengguna yang ingin mengunggah foto maupun video di Instagram. Dengan menekan ikon galeri pengguna akan diarahkan pada galeri ponsel untuk memilih video atau foto yang akan diunggah ke Instagram. Selain itu pengguna juga bisa memotret atau mengambil video melalui fitur ini secara langsung apabila foto yang ingin diunggah belum ada di galeri ponsel.

2. Square cropping

Fitur Square cropping dapat digunakan untuk memotong foto berbentuk kotak persegi dengan rasio 4:4 sehingga foto yang diunggah

³⁶ Kominfo dan Siber Kreasi, *Media Sosial*, hlm. 10.

³⁷ Ikmalia Nur Aviaty, *Dakwah Melalui Instagram (Studi Deskriptif Pesan Dakwah Kitabah Dalam Quote Instagram @Tausiyahku_Periode Bulan Oktober 2017)*, (Skripsi UIN Sunan Gunung Djati : 2018), hlm. 25 <http://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/12224>

ke Instagram bisa berbentuk kotak persegi seperti hasil kamera Kodak Instamatic atau Polaroid.

3. Like

Ketika pengguna Instagram menyukai sebuah foto atau video yang diposting oleh pengguna lain maka pengguna bisa memberikan apresiasi terhadap foto tersebut dengan menekan tombol “like” berbentuk hati.

4. Komentar

Melalui fitur komentar pengguna Instagram bisa mengomentari foto atau video yang diunggah untuk mendapatkan umpan balik dari pemilik akun.

5. Hashtag

Hashtag atau tagar adalah label (tag) berupa suatu kata yang diberi awalan simbol petanda pagar (#) . Fitur tagar ini akan memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto yang tersebar di Instagram dengan label tertentu. Tagar juga membuat postingan seseorang mendapatkan *viewers* banyak dan berpotensi menambah follower.

6. Home

Home merupakan halaman utama saat membuka aplikasi media sosial Instagram, menu home adalah tempat berkumpulnya rangkaian foto-foto atau video yang telah pengguna bisa menemukan rangkaian foto atau video terbaru yang telah diunggah oleh akun-akun yang pengguna ikuti.

7. Direct Message

fitur *Direct Message* disediakan untuk pengguna yang ingin mengirim pesan, mengunggah foto atau video secara pribadi kepada akun yang diinginkan. Dengan fitur ini baik pesan foto atau video yang diunggah hanya bisa dilihat oleh akun yang dipilih oleh pengguna tanpa harus diketahui oleh pengguna lain secara umum.

8. News Bar

News Bar merupakan menu untuk mengetahui aktivitas terbaru akun-akun yang telah diikuti termasuk mengetahui foto dan video yang telah dikomentari oleh pengguna (komentar, like, mention, dan sebagainya).

9. Explore

Explore merupakan menu bar berisi kumpulan foto dari akun pengguna yang mendapatkan banyak like (populer) di Instagram.

10. Search

Search adalah fitur yang dapat digunakan untuk melakukan pencarian akun atau tagar yang diinginkan.

11. Instagram Stories

Instagram *Stories* adalah foto atau video yang diunggah oleh pengguna, konten di Instagram *Stories* hanya akan muncul dan bisa dilihat dalam profil pengguna sendiri dan akun yang mengikutinya hanya dengan jangka waktu 24 jam.

12. IGTV

IGTV adalah fitur baru Instagram yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah video panjang dengan format vertikal.

D. Instagram sebagai Media Dakwah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi turut mempengaruhi gerak dakwah saat ini. Dahulu dakwah hanya disampaikan melalui lisan dari mimbar ke mimbar kini telah berkembang pesat melalui berbagai macam media seperti buku, video youtube, film, dan yang sangat marak adalah dakwah melalui media sosial.

Melalui media sosial, para da'i dapat berdiskusi, menyebarkan ide – ide, serta menyebarkan syariat Islam secara efektif. Semua itu dilakukan hanya dengan melalui *PC, Tablet, Smartphone* mereka dapat berdiskusi dan mendapatkan informasi tanpa batasan ruang dan waktu. Bahkan dalam hitungan menit, seorang da'i akan mendapatkan puluhan, ratusan, ribuan bahkan jutaan mad'u (*followers*) yang menyimak setiap pesan yang disampaikan (*diunggah*) pada akun da'i tersebut.

Instagram sebagai salah satu media sosial yang paling banyak diminati dan digunakan oleh penduduk dunia termasuk salah satunya Indonesia menjadi media yang tepat untuk menyampaikan dakwah.

Dalam proses kegiatan dakwah di media sosial Instagram, da'i dapat mengunggah materi dakwahnya sesuai dengan kreatifitas, baik melalui foto atau video. Fitur-fitur Instagram yang semakin beragam dapat dijadikan pilihan oleh pendakwah untuk menempatkan kontennya di feed Instagram, Instagram stories, atau di IGTV.

Banyaknya jumlah like ataupun tayangan pada postingan-postingan tersebut yang dapat mencapai ribuan bahkan jutaan kali menandakan proses persebaran konten dakwah bisa terjadi sangat cepat dan dapat menjangkau mad'u yang sangat luas.

Da'i dan mad'u pun dapat berinteraksi secara langsung dengan mudah melalui kolom komentar yang tersedia dilaman akun atau dengan mengirim pesan singkat. Hal tersebut menandakan bahwa Instagram memberi ruang interaksi untuk para penggunanya. Dengan demikian, Instagram menjadi salah satu media yang efektif untuk menyampaikan pesan dakwah.

E. Tinjauan Tentang Semiotika

1. Pengertian Semiotika

Manusia sering menggunakan tanda dalam berkomunikasi pada kehidupan sehari-hari. Bahkan tanda tidak dapat dipisahkan dari komunikasi karena melalui perantara tanda-tanda itulah manusia dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya, oleh karena itu dapat dikatakan tanda merupakan basis dari seluruh komunikasi.

Theodorson memberikan definisi yang menekankan bahwa dalam komunikasi selalu ada penggunaan tanda atau simbol-simbol. Menurutnya komunikasi berarti transisi dan informasi ide, perilaku atau emosi dari satu individu atau kelompok kepada lainnya melalui simbol.³⁸ Dengan demikian definisi tersebut mengatakan komunikasi menekankan pada

³⁸ Indiawan Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi – Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*, (Bekasi : Mitra Wacana Media, 2011), hlm. 161.

pengiriman pesan dengan media utama berupa simbol sebagai wahana pengiriman pesan.

Manusia merupakan makhluk berpikir, oleh karena kegiatan berpikirnya manusia selalu menggunakan tanda. Begitu pula lewat seluruh panca inderanya manusia selalu mengejar makna-makna yang ada disekitarnya, menginterpretasikan fakta, dan mencari tahu kemudian menguraikan ada apa dibalik kata-kata atau peristiwa yang di alaminya.

Tanda tidak hanya terbatas pada benda dan bahasa. Tanda merupakan sesuatu yang harus dapat diamati dan menunjuk pada sesuatu yang lain yang artinya tanda bisa menggantikan, mewakili dan menyajikan. Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna (*meaning*) ialah hubungan antara suatu objek atau idea dan suatu tanda. Konsep dasar ini kemudian mengikat bersama teori yang sangat luas bertemu dengan simbol, bahasa, wacana, bentuk-bentuk non verbal, teori – teori yang menjelaskan bagaimana hubungan tanda dengan makna dan bagaimana tanda tersebut disusun.³⁹ Oleh karena itu studi tentang tanda di kaji oleh Semiotika.

Semiotika merupakan suatu ilmu metode analisis untuk mengkaji tanda. Menurut salah satu tokoh semiotika terkenal Barthes, semiotika atau semiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (*humanity*) memaknai hal-hal (*things*).⁴⁰ Dalam hal memaknai (*to signify*) seseorang tidak dapat mencampur adukkannya dengan mengomunikasikan (*to communicate*). Memaknai artinya objek-objek tidak hanya membawa informasi seperti pada saat objek-objek tersebut hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem yang terstruktur dari tanda.

Apabila merujuk kepada pengertian semiotika secara etimologis, istilah semiotika sebenarnya berasal dari kata Yunani *Semeion* yang berarti tanda atau dari kata *semeiotikos* yang berarti teori tanda.⁴¹ Tanda pada

³⁹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 16.

⁴⁰ *Ibid.*, hlm. 15.

⁴¹ Dadan Rusmana, *Tokoh dan Pemikiran Semiotik Dari Semiotik Struktural Hingga Deskonstruksi*, (Bandung: Tazkiya Press, 2005), hlm. 12.

awalnya dimaknai sebagai suatu hal yang menunjuk pada adanya suatu hal yang lain. Misalnya asap yang menandai adanya api.

Namun jika diterapkan pada tanda-tanda bahasa maka huruf, kata, dan kalimat tidak memiliki makna pada dirinya sendiri. Melainkan pembacanyalah yang menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan. Sehingga pada dasarnya semiotika merupakan sebuah usaha merasakan sesuatu yang perlu ditanyakan lebih lanjut ketika kita membaca sebuah teks atau narasi tertentu yakni menemukan sebuah makna dibalik sebuah teks tersebut.⁴²

Terlebih di zaman digital seperti ini, adanya media online membuat bahasa disampaikan tanpa harus bertatap muka langsung antara komunikator dan komunikan, bahasa disampaikan juga melalui bahasa yang baku melalui tulisan. Dengan demikian penting mengkaji hal tersebut untuk memberikan makna atau interpretasi dari suatu tanda.

2. Teori Semiotika Ferdinand de Saussure

Ferdinand de Saussure adalah seorang sajana dan tokoh besar asal Swiss yang disebut sebagai pendiri linguistik modern. Selain itu Saussure juga merupakan seorang spesialis bahasa Indo-Eropa dan Sansekerta yang menjadi sumber pembaruan intelektual dalam bidang ilmu sosial dan kemanusiaan.⁴³ Ia menjadi terkenal karena teorinya tentang tanda. Meski sebenarnya tidak pernah mencetak buah pikirannya ke dalam bentuk buku, para muridnya yang mengumpulkan catatan-catatannya menjadi sebuah *outline*.

Tiga kumpulan catatan saat memberi kuliah linguistik umum di Universitas Jenewa pada tahun 1907, 1908 – 1909, dan 1910 – 1911 kemudian diterbitkan menjadi sebuah buku.⁴⁴ Sebuah karya saussure yang diberi judul *Course in General Linguistics* ini di kemudian hari menjadi sumber teori linguistik yang paling berpengaruh.

⁴² Indiawan Seto Wahyu Wibowo, *Semiotika Komunikasi – Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*, hlm. 8.

⁴³ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, hlm. 45.

⁴⁴ *Ibid.*, hlm. 44.

Pada konteks semiotika yang kaitannya tentang tanda, Saussure mengatakan bahwa bahasa adalah suatu sistem tanda (*sign*). Suara – suara baik suara manusia, suara-suara binatang, bunyi – bunyian , hanya bisa dikatakan sebagai bahasa dan atau berfungsi sebagai bahasa apabila suara atau bunyi tersebut dapat mengekspresikan, menyatakan, atau menyampaikan ide – ide dan pengertian tertentu.⁴⁵

Menurut Saussure bahasa merupakan suatu sistem tanda dan setiap tanda tersusun dari dua bagian yakni *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). Penanda (*signifier*) berkaitan dengan aspek material dari bahasa yakni apa yang dikatakan atau di dengar, dan apa yang di tulis atau yang dibaca. Sedangkan penanda merupakan sesuatu yang bersifat verbal maupun visual seperti suara, tulisan, dan benda.⁴⁶ Bisa dikatakan pula Penanda adalah “bunyi yang bermakna” atau “coretan yang bermakna”. Sementara Petanda (*signified*) adalah gambaran mental, pikiran dan konsep makna dari bahasa. Kemudian menurut Saussure hubungan antara penanda dan petanda merupakan kesatuan yang tidak dapat dipisahkan sehingga suatu penanda tanpa adanya petanda tidak akan berarti apa-apa, sementara itu suatu petanda tidak mungkin bisa disampaikan atau ditangkap lepas dari adanya suatu petanda.

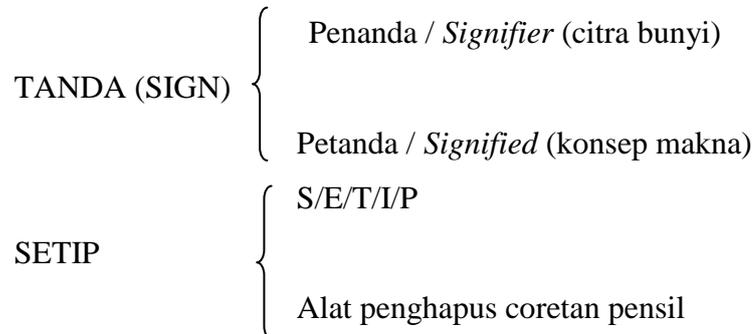
Saussure mengemukakan konsep tanda yang menunjuk ke otonomi relatif bahasa dalam kaitannya dengan realitas. Sehingga dapat dikatakan penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*) adalah produk kultural. Selanjutnya, hubungan antara penanda dan petanda adalah bersifat arbitrer (manasuka/sembarang/berubah-ubah) dan hanya berdasarkan konvensi, kesepakatan, atau peraturan dari kultur pemakai bahasa tersebut.

Penerapan konsep penanda dan petanda serta sifatnya yang arbitrer dapat ditemui dalam gambaran bahasa sehari-hari. Misalnya mengambil contoh kata “setip”. Kata setip terdiri dari bagian penanda yaitu citra bunyi atau runtutan fonem s/e/t/i/p serta bagian petandanya yaitu berupa konsep

⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 44.

⁴⁶ Dadan Rusmana, *Tokoh dan Pemikiran Semiotik dari Semiotik Struktural Hingga Deskonstruksi*, hlm. 35.

makna yang berarti “alat penghapus coretan pensil”. Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Dalam hal ini suatu penanda tidak memberikan saran atau petunjuk untuk mengenal petandanya. Artinya kata bunyi *s/e/t/i/p* tidak ada ikatan sama sekali dengan maknanya sebagai “alat tulis penghapus coretan pensil”. Andaikan ada hubungan wajib antara bahasa, kata, simbol, lambang dengan maknanya, maka semua orang di dunia ini menyebut alat penghapus coretan pensil dengan kata “setip” , orang Inggris juga akan menyebutnya dengan setip bukan “*eraser*” sehingga tidak ada lagi perbedaan dan macam-macam bahasa di dunia ini.

Sementara itu, mengenai sifatnya yang *arbitrer* (manasuka/ sembarang) bukan berarti seseorang bebas merubah penanda “setip” menjadi spidol atau yang lainnya, jika setip dirubah menjadi spidol otomatis masyarakat akan memaknainya dengan alat tulis dari tinta bukan alat penghapus coretan pensil. Dengan demikian arti *arbitrer* bukan berarti adanya kewenangan seseorang untuk merubah sebuah lambang bahasa dengan lambang bahasa yang lain, karena *arbitrer* tetap dibatasi oleh kesepakatan antar penutur (masyarakat) sehingga anggota masyarakat pengguna suatu bahasa juga harus mematuhi lambang-lambang bahasa tertentu digunakan untuk mewakili konsep makna tertentu.

3. Psikologi Warna

Warna bisa didefinisikan sebagai kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenainya: corak rupa seperti biru dan hijau. (Kamus besar Bahasa Indonesia, 2008, h.1617). Warna adalah sesuatu yang dipancarkan cahaya kemudian diserap oleh mata

dan dicerna oleh otak sehingga lahirlah sebuah nama warna dan makna warna.

Setiap warna yang sering ditemukan dalam kehidupan sehari-hari pada dasarnya memiliki kesan psikologis atau makna – makna tersendiri. Warna dapat memberikan pengaruh terhadap perasaan atau jiwa seseorang. Selain itu warna juga digunakan untuk menunjukkan suasana hati, sebagai simbol simbol kebudayaan tertentu bahkan keyakinan agama. Berikut ini uraian arti warna dan suasana hati yang dirangkum oleh Deddy Mulyana:⁴⁷

Tabel 2.1 Warna dan Gambaran Suasana Hati

No	Warna	Gambaran Suasana Hati
1	Merah	Menggairahkan, merangsang
2	Biru	Aman, nyaman
3	Oranye	Tertekan, terganggu
4	Biru	Lembut, menenangkan
5	Merah, Biru, Ungu, Coklat, Ungu, Hitam	Melindungi, mempertahankan
6	Hitam, Coklat	Sangat sedih, tidak bahagia, murung, patah hati
7	Biru, Hijau	Kalem, damai, tentram
8.	Ungu	Berwibawa, agung
9.	Kuning	Menyenangkan, riang gembira
10	Merah, Hitam, Oranye	Menantang, melawan, memusuhi
11	Hitam	Berkuasa, kuat, bagus sekali

Sumber: Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, 2001

⁴⁷ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 377.

Warna mempunyai arti tersendiri salah satunya diukur dari kebudayaan, berikut ini adalah makna warna pada budaya di seluruh dunia:⁴⁸

Tabel 2.1 Makna Positif dan Negatif Warna

No	Warna	Makna Positif	Makna Negatif
1.	Merah	Kekuatan, energi, kehangatan, cinta, api, persahabatan, kegairahan, kepemimpinan, kecepatan, kepriaan, darah, sosialisme, musim gugur, musim panas, berhenti, hormat, planet Mars. Akan tetapi ketika warna dikombinasikan dengan warna lain maka artinya bisa berubah. Misalnya merah yang dikombinasikan dengan warna hijau, maka akan menjadi simbol natal. Di budaya Oriental Merah yang dikombinasikan warna putih artinya bahagia.	Nafsu, agresi, ambisi, kesombongan, kemarahan, peperangan, revolusi, radikalisme, sosialisme, komunisme.
2	Merah Muda (Pink)	Musim semi, hadiah, apresiasi, kekaguman, simpati, kesehatan, cinta, pernikahan, Juni,	Homoseksualitas, biseksualitas, kelemahan, naif, kekurangan.

⁴⁸ Eko Nugroho, *Pengenalan Teori Warna*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2008), hlm.36.

		kewanitaan, keremajaan.	
3.	Oranye	Kehangatan, semangat, keseimbangan, keceriaan, Budhaisme, Hinduisme, energi, keseimbangan, api, panas, antusiasme, kecerahan, keinginan, musim gugur, Sagitarius, September.	Meminta, mencari perhatian, kesombongan, agresi, berlebihan, terlalu emosi, berbahaya.
4.	Kuning	Kekayaan, kehidupan, kemakmuran, emas, sinar, keberuntungan, suka cita, kebahagiaan, optimisme, kecerdasan, bumi, musim panas, idealisme, pengharapan, udara, liberalisme, feminim, keceriaan, persahabatan, keberanian, September, Taurus, Leo, April.	Cemburu, iri hati, resiko, tidak jujur, sakit, penakut, bahaya, ketidakjujuran, kelemahan.
5.	Hijau	Alam, lingkungan, subur, stabil, santai, alami, musim semi, kemakmuran, muda, keberuntungan, bersemangat, dermawan, pergi, rumput, hidup abadi, udara, bumi, ketulusan, pengharapan, Cancer, pembaruan, kelimpahan, pertumbuhan, kesehatan,	Cemburu, nasib buruk, iri, dengki, tak berpengalaman, iri hati, bernasib malang, memalukan, tamak, korupsi.

		keseimbangan, harmoni, stabilitas, simbol, agama Islam, Agustus.	
6.	Biru	Kepercayaan, awan, air, damai, setia, kesejukan, percaya diri, keamanan, laut, langit, harmoni, kelembutan, kehebatan, es, kebersihan, teknologi, kepercayaan, kekuatan, perdamaian, kebenaran, kasih, dan lain-lain.	Dingin, sedih, depresi
7.	Ungu	Bangsawan, spiritual, kreativitas, kebangsawanan, kemakmuran, kebijaksanaan, kebanggaan, berlebihan, November, romantisme, kekayaan, kenikmatan	Sombong, angkuh, kasar, kejam, duka cita, sensual, misteri, kesombongan, berkabung, kenajisan, kebingungan, membesar-besarkan, homoseksualitas.
8.	Coklat	Tanah, bumi, netral, hangat, perlindungan, tenang, kedalaman, organisme, alamiah, kekayaan, kesederhanaan, stabilitas, tradisi, bumi, keutuhan, kemantapan, persahabatan, dapat diandalkan.	Kotor, tumpul, bosan, tak sesuai zaman, kekerasan, kebodohan, berat, kemiskinan.
9.	Abu-abu	Modern, cerdas, bersih,	Kesedihan, bosan,

		kokoh, intelektual, keagungan, kesederhanaan, respek, rasa hormat, kestabilan, ketajaman, kebijakan, keseimbangan, kenetralan.	ketinggalan zaman, meluruh, debu, polusi, emosi kuat, tua renta, perkabungan kebosanan.
10.	Putih	Suci, bersih, disiplin, damai, kebaikan, kemurnian, salju, damai, kepolosan, kebersihan, kemudahan, kesederhanaan, kerendahan hati, sterilits, musim salju, kekuatan, pengharapan	Hampa, kematian, menyerah, penakut, tak berimajinasi.
11.	Hitam	Kokoh, anggun, kuat, misteri, modern, mewah, kecanggihan, formalitas, kemakmuran, <i>style</i> , keseriusan.	Penyesalan, marah, setan, kematian, ketakutan, kesedihan, kekunoan, pemberontakan, penyesalan, perkabungan.

Sumber: Eko Nugroho, *Pengenalan Teori Warna*. 2008