

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Analisis isi

1. Pengertian Analisis Isi

Analisis isi merupakan salah satu metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji makna pesan yang terkandung dalam suatu teks. Metode ini menempatkan teks sebagai objek utama yang dianalisis secara mendalam guna mengidentifikasi pola, tema, serta karakteristik pesan yang muncul di dalamnya. Dalam penelitian komunikasi, analisis isi kerap digunakan untuk menelaah pesan media, baik dalam bentuk tulisan, dokumen, maupun konten yang dipublikasikan melalui berbagai platform.

Dalam perkembangannya, metode ini dipengaruhi oleh pemikiran para ahli komunikasi, salah satunya adalah Harold D. Lasswell yang memperkenalkan teknik pengkodean simbol (symbol coding) sebagai cara untuk mencatat dan mengklasifikasikan pesan secara terstruktur sebelum dilakukan penafsiran lebih lanjut. Pendekatan ini menekankan pentingnya ketelitian dalam mengidentifikasi unsur-unsur pesan agar hasil analisis tidak bersifat subjektif semata. Sejalan dengan itu, Ole R. Holsti mendefinisikan analisis isi sebagai teknik untuk menarik inferensi melalui proses identifikasi karakteristik pesan secara sistematis dan objektif. Dengan

demikian, analisis isi tidak hanya berhenti pada pengumpulan data tekstual, tetapi juga bertujuan menghasilkan pemahaman yang terstruktur terhadap isi pesan yang diteliti.¹⁵

Analisis isi (content analysis) merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menarik kesimpulan yang dapat diuji ulang dan memiliki validitas tinggi, dengan mempertimbangkan konteks data yang dianalisis. Metode ini erat kaitannya dengan kajian komunikasi atau isi dari suatu komunikasi. Secara prinsip, dalam setiap bentuk komunikasi selalu terdapat pesan, baik yang disampaikan secara verbal maupun nonverbal. Oleh karena itu, makna menjadi unsur yang sangat penting dalam setiap interaksi komunikasi. Sebenarnya, praktik analisis terhadap isi komunikasi telah berlangsung sejak lama, seiring dengan keberadaan manusia itu sendiri. Namun, istilah dan pendekatan sistematis dengan nama “analisis isi” sebagai bagian dari metode ilmiah baru dikembangkan dan digunakan secara formal di kemudian hari.¹⁶

Analisis isi memungkinkan peneliti menelaah berbagai produk komunikasi, mulai dari media cetak dan siaran radio hingga tayangan televisi dan film. Karena sifatnya yang sistematis, metode ini banyak

¹⁵ Nurhayati et al., *Metodologi Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2020).

¹⁶ Bungin Burhan, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer* (Kencana, 2019).

digunakan dalam berbagai disiplin ilmu sosial sebagai alat untuk mengkaji isi dan makna pesan.¹⁷

2. Tujuan Analisis Isi

Tujuan dari analisis isi adalah untuk menggambarkan karakteristik dari suatu pesan. Melalui metode ini, dapat dijelaskan berbagai ciri pesan serta menjawab pertanyaan seperti “apa isi pesan itu”, “untuk siapa pesan ditujukan”, dan “bagaimana pesan disampaikan”. Dengan mencermati deskripsi dan ciri-ciri pesan, peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai penyebab munculnya pesan tersebut. Analisis isi dapat diterapkan pada semua bentuk komunikasi, seperti berita, buku, puisi, lagu daerah, lukisan, pidato, surat, teater, hingga novel. Terdapat tiga komponen utama dalam penggunaan analisis isi: pertama, analisis isi sebagai teknik utama penelitian; kedua, sebagai sumber acuan untuk menguji keakuratan hasil dari metode lain; dan ketiga, sebagai satu-satunya metode yang digunakan dalam suatu penelitian.¹⁸

3. Pendekatan Analisis Isi

- a. Analisis Isi Deskriptif, digunakan untuk memaparkan secara rinci karakteristik suatu pesan atau teks tanpa bermaksud menguji

¹⁷ Suhailee Sohnui et al., *The Author's Socio- Historical Background And The Character Education Value In Negeri 5 Menara By Ahmad Fuadi: A Study Of Literary Anthropology*, *Journal of Positive School Psychology*, 2022.

¹⁸ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosialnya* (Kencana, 2011).

hubungan sebab-akibat. Pendekatan ini berfokus pada penggambaran isi secara sistematis, sehingga peneliti dapat mengidentifikasi tema, kategori, atau pola tertentu yang muncul dalam dokumen yang dianalisis.

- b. Analisis Isi Eksplanatif, tidak hanya berhenti pada tahap deskripsi, tetapi diarahkan untuk menjelaskan keterkaitan antara isi pesan dengan variabel lain. Pendekatan ini biasanya digunakan ketika penelitian memiliki hipotesis yang ingin diuji, sehingga analisis dilakukan untuk melihat kemungkinan adanya hubungan atau pengaruh tertentu.
- c. Analisis Isi Prediktif, bertujuan untuk memperkirakan kecenderungan tertentu berdasarkan temuan analisis isi yang dikombinasikan dengan variabel atau metode lain. Dalam pendekatan ini, hasil analisis isi dapat dihubungkan dengan data dari survei, eksperimen, atau metode penelitian lainnya untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif dan memungkinkan penarikan kesimpulan yang bersifat prediktif.¹⁹

¹⁹ Ibid.

B. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, kata *dakwah* berasal dari bahasa Arab yang bermakna ajakan atau seruan. Dalam tradisi Islam, dakwah memiliki perjalanan historis yang panjang dan mengalami perkembangan seiring dengan dinamika penyebaran agama Islam. Istilah ini sering dikaitkan dengan konsep lain seperti *tabligh*, *amar ma'ruf nahi munkar*, dan *mau'idzhah hasanah*. Hakikat dakwah tidak hanya terbatas pada penyampaian ajaran agama, tetapi juga mencakup upaya membimbing manusia menuju kebaikan serta menghindarkan mereka dari perbuatan yang menyimpang. Dalam perkembangannya, aktivitas dakwah turut memanfaatkan berbagai media, termasuk unsur budaya, sebagai sarana penyampaian pesan kepada masyarakat yang lebih luas.²⁰

Secara harfiah, kata "dakwah" berarti "panggilan", "undangan", "pembelaan", atau "doa". Dalam ajaran Allah dan Rasul-Nya, dakwah dipahami sebagai upaya mencerahkan manusia mengenai kerasnya realitas kehidupan. Oleh karena itu, dakwah secara sederhana dapat diartikan sebagai ajakan, seruan, atau panggilan untuk membentuk kehidupan masyarakat yang sejalan dengan nilai-nilai Islam.²¹

²⁰ D. Kusumaningtyas, "The Use of Popular Cultural Media in Spreading The Dakwah Message in Indonesia" *ICONIC: The 6th International Conference on Islamic and Civilization* (2021).

²¹ Shofan Habibi, "Implementasi Dakwah Bil Hal Dalam Film Soedirman" (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2019).

Menurut Kustadi Suhandang, dakwah dipahami sebagai upaya mengajak masyarakat kepada kebaikan dan mencegah perbuatan yang menyimpang, sebagaimana konsep *amar ma'ruf nahi munkar*. Dalam pelaksanaannya, dakwah turut berperan sebagai mekanisme kontrol sosial yang menjaga tatanan kehidupan agar tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam.²²

Dakwah dapat dipahami sebagai upaya mengajak individu untuk melakukan tindakan yang membawa manfaat, baik bagi dirinya sendiri maupun bagi orang lain, serta menunaikan amanah sesuai ajaran Islam. Selain itu, dakwah juga mendorong masyarakat untuk senantiasa berbuat kebaikan dan menjauhi segala bentuk kemungkaran, dengan tujuan mencapai kebahagiaan di dunia sekaligus keselamatan di akhirat.²³

Dakwah dapat dipahami sebagai suatu aktivitas ajakan yang diwujudkan melalui berbagai bentuk komunikasi, baik secara lisan, tulisan, maupun melalui keteladanan perilaku. Kegiatan ini dilakukan secara sadar dan terencana dengan tujuan memengaruhi individu atau kelompok agar memahami serta mengamalkan ajaran Islam. Dakwah bertujuan menumbuhkan pemahaman, kesadaran, sikap, dan penghayatan terhadap nilai-nilai agama tanpa adanya unsur paksaan. Selain itu, dakwah berupaya membangkitkan kembali potensi fitrah manusia agar mampu menjalani

²² Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah* (Remaja Rosdakarya, 2013).

²³ Harjani Hefni et al., *Metode Dakwah, Edisi Revisi* (Kencana Prenada Media Group, 2006).

kehidupan yang selaras dengan tuntunan agama demi memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Secara esensial, dakwah menitikberatkan pada penanaman keyakinan terhadap keesaan Allah sebagai fondasi utama ajaran Islam, sehingga mendorong umat untuk melaksanakan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Dengan demikian, dakwah merupakan proses pemberian motivasi, arahan, dan bimbingan agar seseorang menerima dan mengamalkan ajaran agama secara sukarela, bukan demi kepentingan pribadi pendakwah, melainkan untuk kebaikan individu itu sendiri. Dalam perspektif hukum Islam, kewajiban berdakwah bersifat *wajib 'ain*, yakni menjadi tanggung jawab setiap Muslim sesuai dengan kapasitas dan pengetahuan yang dimilikinya.²⁴

C. Subjek dan Objek Dakwah

1. Da'i

Subjek dakwah atau da'i merupakan aktor utama dalam pelaksanaan aktivitas dakwah. Dalam proses komunikasi dakwah, da'i berfungsi sebagai komunikator yang menyampaikan pesan atau materi dakwah kepada mad'u sebagai penerima pesan. Pada dasarnya, setiap

²⁴ Zaeni and Hassan, "Dakwah Pemberdayaan Umat Perspektif Al-Quran." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 14.1 (2020): 95–110.

Muslim memiliki peluang dan tanggung jawab untuk menjalankan peran sebagai da'i sesuai dengan kapasitasnya. Penyampaian dakwah dapat dilakukan melalui komunikasi verbal maupun nonverbal, baik secara personal maupun dalam lingkup kelompok.²⁵

Agar dakwah dapat berlangsung secara efektif, seorang da'i dituntut memiliki sejumlah kompetensi, di antaranya pemahaman yang komprehensif terhadap ajaran Islam, penguasaan terhadap tujuan dan hakikat dakwah, serta akhlak yang terpuji. Selain itu, da'i juga perlu memiliki wawasan keilmuan yang luas, kepedulian dan ketulusan terhadap mad'u, serta kemampuan memahami kondisi sosial dan lingkungan tempat dakwah dilaksanakan.

2. Mad'u

Dalam unsur dakwah, mad'u merujuk pada pihak yang menjadi sasaran penyampaian pesan. Mad'u dapat berupa individu maupun kelompok masyarakat, tanpa dibatasi oleh latar belakang tertentu, karena pada hakikatnya dakwah ditujukan kepada seluruh umat manusia. Dengan demikian, karakteristik mad'u menjadi faktor penting yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan pendekatan dan metode penyampaian pesan.

²⁵ M Quraish Shihab, *Membumikan Al-Quran: Fungsi Dan Peran Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat* (Mizan Pustaka, 2007).

Pemikiran mengenai klasifikasi mad'u salah satunya dikemukakan oleh Muhammad Abduh, yang membedakan audiens dakwah ke dalam beberapa kategori berdasarkan kemampuan intelektual dan cara berpikirnya. Pertama, kelompok yang memiliki tingkat intelektual tinggi, berpikir kritis, serta memiliki kecenderungan untuk mencari kebenaran melalui argumentasi rasional. Kedua, kelompok masyarakat umum yang pemahamannya terhadap persoalan-persoalan abstrak masih terbatas sehingga memerlukan penyampaian yang lebih sederhana dan praktis. Ketiga, kelompok yang berada di antara keduanya, yakni mereka yang tertarik untuk berdiskusi namun belum memiliki kedalaman analisis yang memadai. Klasifikasi tersebut menunjukkan bahwa strategi dakwah tidak dapat disamaratakan, melainkan perlu disesuaikan dengan kondisi dan kapasitas mad'u agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara efektif.²⁶

D. Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan cara atau pendekatan yang digunakan oleh seorang da'i dalam menyampaikan ajaran Islam. Dalam proses penyampaian pesan dakwah, metode memegang peranan yang sangat penting. Meskipun isi pesan yang disampaikan bernilai baik, apabila

²⁶ Aziz, *Ilmu Dakwah (Edisi Revisi)*.

disampaikan dengan cara yang kurang tepat, maka pesan tersebut berpotensi tidak diterima oleh sasaran dakwah. Metode dakwah dapat diartikan sebagai strategi atau pendekatan yang digunakan oleh da'i dalam menyampaikan ajaran Islam kepada mad'u. Dalam aktivitas dakwah, metode memiliki peran yang sangat menentukan keberhasilan penyampaian pesan. Sekalipun materi dakwah yang disampaikan mengandung nilai kebaikan, penggunaan cara yang kurang tepat dapat menyebabkan pesan tersebut tidak tersampaikan secara efektif kepada sasaran.

Sebagaimana dijelaskan dalam Q.S. An-Nahl ayat 125, terdapat tiga pendekatan utama dalam pelaksanaan dakwah yang menjadi pedoman bagi para da'i dalam menyampaikan ajaran Islam, yaitu :

1. Hikmah

Hikmah adalah penjelasan yang tepat dan kuat sehingga mampu menumbuhkan keyakinan serta menghilangkan keraguan. Hal ini dilakukan dengan menanamkan nilai tauhid dan akidah iman yang disertai dalil serta keterangan yang jelas agar dapat diterima oleh akal. Hikmah juga tercermin dalam penggunaan bahasa yang sederhana, jelas, dan mudah dipahami, bukan istilah yang rumit atau asing bagi sasaran dakwah, sebagaimana teladan yang dicontohkan oleh Rasulullah Saw.

2. Nasihat yang Baik (Mau'izhah Hasanah)

Nasihat yang baik merupakan penyampaian ajaran berupa bimbingan dan petuah yang mampu menyentuh kesadaran serta membuka hati untuk menaati ajaran Islam. Penyampaian nasihat ini dilakukan secara jelas, lembut, dan tidak melukai perasaan orang lain. Metode ini ditujukan kepada mereka yang telah menerima dan berkomitmen terhadap nilai-nilai Islam, sehingga yang dibutuhkan hanyalah pengingat, pelembut hati, dan upaya menjernihkan kegelisahan yang ada.

3. Berdialog dengan Cara yang Baik

Berdialog dengan cara yang baik berarti menyampaikan argumentasi dan bukti yang kuat untuk menanggapi atau melingatkan pendapat yang berbeda. Metode mujaadalah hasanah ini dibenarkan dalam Al-Qur'an, yaitu dengan menjelaskan kebenaran menggunakan prinsip-prinsip dan penalaran logis agar pihak lain dapat merenung, menerima kebenaran, atau setidaknya tidak lagi menentang ajakan dakwah.²⁷

²⁷ Aminudin, "Konsep Dasar Dakwah," *Al-Munzir* 9 (Mei 2016): 40–41.

E. Pesan dakwah

1. Pesan

Dalam proses komunikasi, pesan merupakan isi atau muatan informasi yang disampaikan oleh pihak pengirim kepada penerima, baik berupa arahan, nasihat, maupun pemberitahuan, melalui media tertentu.²⁸ Pesan bisa dimaknai sebagai suatu pernyataan yang disampaikan melalui lambang-lambang atau simbol-simbol yang mengandung arti tertentu.²⁹ Tujuan penyampaian pesan adalah untuk memengaruhi komunikan agar sikap dan tindakannya sejalan dengan keinginan komunikator. Apabila penerima tidak mampu memahami pesan yang disampaikan, maka informasi tersebut tidak akan tersampaikan secara efektif. Makna pesan dapat berbeda-beda bergantung pada cara penerima menafsirkannya

Penyampaian pesan ini bisa dilakukan secara langsung melalui tatap muka maupun menggunakan media. Isi pesan dapat berupa pengetahuan, informasi, hiburan, nasihat, atau bahkan propaganda, yang pada dasarnya bersifat abstrak. Untuk dapat disampaikan, pesan tersebut dibuat menjadi lebih konkret oleh komunikator melalui daya pikirnya,

²⁸ Acep Aripudin, *Dakwah Antar Budaya* (PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2018).

²⁹ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek* (PT. Remaja Rosdakarya, 1998).

lalu diwujudkan dalam bentuk simbol-simbol komunikasi seperti suara, gerakan, ekspresi wajah, bahasa lisan, maupun tulisan.³⁰

2. Pesan Dakwah

Pesan dakwah merupakan simbol-simbol yang sarat makna, baik yang disampaikan melalui kata-kata, gambar, maupun tindakan. Dalam bahasa Arab, istilah yang lebih tepat untuk menggambarkan konsep ini adalah *maudlu' al-da'wah*, yang merujuk pada inti atau substansi pesan dakwah yang ingin disampaikan kepada sasaran dakwah. Istilah ini dianggap lebih akurat dibandingkan *maddah al-da'wah*, yang cenderung bermakna sebagai materi atau perlengkapan dakwah. Pesan dakwah yang efektif bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mampu menyentuh emosi dan pikiran, serta mendorong perubahan sikap dan perilaku penerimanya.

Dalam aktivitas dakwah, pesan memiliki peran yang sangat penting karena menjadi inti dari ajaran yang disampaikan kepada audiens. Pesan dakwah berisi nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam yang berfungsi sebagai pedoman dalam membentuk cara berpikir, sikap, serta perilaku masyarakat. Nilai-nilai tersebut dapat disampaikan secara eksplisit melalui pernyataan yang langsung, maupun secara implisit melalui simbol, narasi, atau ungkapan tertentu.

³⁰ Hafied Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Raja Grafindo Persada, 2006).

Sebagai bagian dari proses komunikasi, pesan dakwah disampaikan oleh da'i kepada mad'u melalui medium tertentu, baik lisan, tulisan, maupun media digital. Oleh karena itu, efektivitas dakwah sangat dipengaruhi oleh bagaimana pesan tersebut dikemas, dipahami, dan dimaknai oleh penerimanya. Dengan kata lain, pesan bukan sekadar isi yang disampaikan, tetapi juga mengandung dimensi nilai yang mengarahkan tujuan dakwah itu sendiri.³¹

Pesan dakwah dapat disampaikan melalui berbagai bentuk dan media. Ketika dakwah dilakukan melalui tulisan, maka tulisan tersebut menjadi bentuk pesan dakwah. Hal yang sama berlaku ketika dakwah disampaikan secara lisan—kata-kata yang diucapkan menjadi pesan dakwah itu sendiri. Bahkan perilaku sehari-hari pun bisa menjadi bentuk pesan dakwah yang kuat. Dengan demikian, setiap bentuk aktivitas dakwah pada dasarnya selalu membawa pesan yang ditujukan kepada orang lain.³²

Pesan dakwah merujuk pada substansi ajaran Islam yang disampaikan kepada audiens melalui berbagai bentuk komunikasi. Substansi tersebut mencakup nilai-nilai fundamental dalam Islam, seperti aspek akidah yang berkaitan dengan keimanan, syariat yang mengatur tata laksana kehidupan beragama, serta akhlak yang menuntun

³¹ Asep Kusnawan and et al, *Komunikasi Dan Penyiaran Islam: Mengembangkan Tablig Melalui Mimbar, Media Cetak, Radio, Televisi Dan Media Digital* (Benang Merah Pres, 2004).

³² Aziz, *Ilmu Dakwah (Edisi Revisi)*. h. 272

pembentukan karakter dan perilaku. Dalam konteks komunikasi, pesan dakwah dapat disampaikan secara eksplisit melalui pernyataan yang tegas maupun secara implisit melalui simbol, ungkapan, atau representasi tertentu.³³

Pesan dakwah mencakup tiga aspek utama, yaitu aqidah, syariah, dan akhlak. Dalam hal ini, syariah terbagi menjadi dua cabang utama, yakni ibadah dan muamalah.³⁴

a. Akidah

Secara etimologis, kata aqidah berakar dari istilah Arab ‘aqada-ya’qidu-aqdan, yang mengandung makna mengikat, meyakini, atau memercayai. Dalam pengertian praktis, akidah merepresentasikan sebuah ikatan kuat atau keyakinan mendalam. Jika dalam konteks sosial istilah ini sering digunakan untuk menggambarkan komitmen hukum seperti pernikahan dan transaksi jual beli, maka dalam konteks spiritual, aqidah dipahami sebagai ikatan suci yang menghubungkan antara manusia dengan Sang Pencipta.³⁵

Aqidah adalah keyakinan hati yang tulus dan kokoh. Berfungsi sebagai sumber ketenangan jiwa yang menghapus

³³ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Kencana, 2016). h. 144

³⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Rajawali Pers, 2011).

³⁵ Lathifah Istiqomah, “Analisis Pesan Dakwah Dalam Film Duka Sedalam Cinta” (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2019).

segala keraguan, sehingga seseorang memiliki kepastian iman yang kuat dalam menjalani hidupnya.³⁶ Seseorang baru bisa dikatakan memiliki akidah jika ia meyakini agamanya sepenuhnya tanpa ada keraguan sedikit pun. Keyakinan tersebut juga harus berdasar pada kebenaran yang nyata. Jika masih ada keraguan atau tidak sesuai dengan kenyataan, maka hal itu tidak bisa disebut sebagai akidah.

b. Akhlak

Secara etimologis, istilah akhlak berakar dari bahasa Arab, merupakan bentuk jamak dari kata khuluqun yang mendefinisikan budi pekerti, watak, perilaku, atau tabiat seseorang.

Dalam pandangan Al-Ghozali, akhlak dipahami sebagai sebuah kondisi mental atau sifat yang telah tertanam kuat di dalam jiwa manusia. Sifat ini menjadi penggerak munculnya berbagai tindakan secara spontan dan mudah, tanpa memerlukan proses pertimbangan atau pemikiran yang panjang.³⁷

³⁶ Achmad Syukron Erlando, *Nilai-Nilai Pendidikan Islam Dalam Buku La Tahzan*, 2018.

³⁷ Aziz, *Ilmu Dakwah*., 2004. hlm 118

c. Syariat

Secara etimologis, istilah syariah berasal dari bahasa Arab yang merujuk pada regulasi, undang-undang, atau aturan-aturan tertentu. Aturan ini mencakup standar perilaku yang wajib ditaati dan dilaksanakan oleh setiap individu sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Dalam perspektif fikih, syariah dimaknai sebagai seperangkat ketentuan hukum yang berfungsi mengatur tata kehidupan manusia, baik dalam relasinya dengan Allah maupun dalam hubungan sosial antar sesama. Ditinjau dari sumber penetapannya, para ulama mengklasifikasikan proses pembentukan hukum (tasyri') ke dalam dua kategori, yakni tasyri' samawi yang bersumber dari wahyu Ilahi dan tasyri' wadh'i yang dirumuskan melalui ijtihad manusia.

Tasyri' Ilahi adalah ketetapan hukum yang bersumber langsung dari Allah dan Rasul-Nya melalui Al-Qur'an dan As-Sunnah. Ketentuan yang termasuk dalam kategori ini bersifat permanen dan universal, karena otoritas untuk menetapkan maupun mengubah hukum tersebut sepenuhnya berada pada Allah.

Adapun *tasyri' wadh'i* merupakan proses perumusan hukum yang dilakukan oleh manusia melalui ijtihad, baik oleh ulama, ahli fikih, maupun otoritas yang berwenang, dengan tetap merujuk pada Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai landasan utama. Penetapan hukum ini bertujuan memberikan jawaban terhadap persoalan-persoalan kontemporer yang tidak dijelaskan secara eksplisit dalam nash syar'i.

Ketentuan hukum yang lahir melalui *tasyri' wadh'i* memiliki sifat fleksibel dan kontekstual, sehingga dapat beradaptasi dengan perubahan zaman, dinamika sosial, serta kebutuhan kemaslahatan umat. Meski demikian, perumusannya tetap harus berada dalam koridor prinsip-prinsip dasar syariat Islam dan tidak boleh bertentangan dengan ketentuan pokok yang telah ditetapkan.

Dalam konteks keislaman, syariah sangat berkaitan erat dengan aspek amaliah atau perbuatan lahiriah. Tujuannya adalah sebagai panduan bagi manusia dalam menaati hukum Allah, yang berfungsi untuk menyelaraskan hubungan antara hamba dengan Sang Pencipta (*hablum minallah*) yaitu mencakup

ibadah seperti sholat, puasa, dan haji, serta mengatur interaksi sosial antar sesama manusia (hablum minannas).³⁸

F. Media musik/lagu sebagai Media Dakwah

Lirik lagu merupakan bentuk karya sastra yang mengandung ungkapan perasaan pribadi serta susunan kata-kata yang menyatu dalam lagu. Lirik juga berfungsi sebagai ekspresi linguistik yang dapat menjadi media penyampaian pesan secara efektif. Melalui pilihan kata dalam lirik, berbagai tema dapat dijelaskan dan disampaikan, lalu diterjemahkan ke dalam persepsi musikal oleh pendengarnya.³⁹

Lirik lagu juga dapat dimaknai sebagai bentuk ekspresi seseorang yang berasal dari pengalaman batin terhadap sesuatu yang diamati, didengar, atau dialami. Ekspresi tersebut dituangkan dalam bentuk kata-kata, lalu diperkuat dengan melodi dan notasi musik yang disesuaikan dengan isi lirik. Dengan perpaduan ini, pendengar akan lebih mudah terbawa ke dalam suasana batin dan perasaan sang pencipta lagu.⁴⁰

³⁸ Fitriani Wulandari, “Pesan Dakwah Dalam Novel Hanif Karya Reza Nufa (Analisis Wacana, Teun A. Van Dijk)” (UIN Raden Fatah, 2017).

³⁹ Adil Maulana and Ferren Bianca, *Cara Instan Jago Menulis Lagu* (Agogos Publishing, 2012).

⁴⁰ Totok Haryanto Helmayuni and others, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (CV Literasi Nusantara Abadi, 2022).

Dalam melaksanakan dakwah di era globalisasi, diperlukan media yang kreatif dan efektif yang sesuai dengan perkembangan zaman. Pada dasarnya, keberhasilan dakwah lebih banyak ditentukan oleh kemampuan menyadarkan objek dakwah terlebih dahulu, sehingga mereka lebih mudah menerima konsep dan ajaran yang disampaikan. Dalam hal ini, seluruh diri dai berperan sebagai instrumen utama dakwah. Sementara itu, media eksternal seperti media cetak, elektronik, dan termasuk musik, juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah. Agar dakwah dapat berjalan secara maksimal, media tersebut perlu didukung oleh fasilitas yang memadai.⁴¹

Dengan demikian, jelas bahwa media dakwah memiliki peran penting, dan penggunaan lagu menjadi salah satu sarana yang sangat efektif di era globalisasi. Hal ini relevan mengingat perubahan tatanan sosial terus berlangsung dari waktu ke waktu. Perubahan tersebut telah diungkapkan oleh sejarawan Muslim ternama, Ibn Khaldun, yang menyatakan bahwa keadaan dunia, bangsa, adat-istiadat, dan keyakinan manusia tidak bersifat tetap, melainkan selalu berubah mengikuti perjalanan waktu. Perubahan ini merupakan bagian dari sunnatullah yang berlaku pada manusia, tempat, dan zaman di berbagai wilayah dan periode kehidupan.⁴²

⁴¹ B Sujatmiko and R El Ishaq, *Pesan Dakwah Dalam Lagu "Bila Tiba."* KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, 2017, 181–95.

⁴² Albana.

G. Pandangan Islam Tentang Musik

Dalam pandangan Islam, Al-Qur'an tidak secara tegas menyatakan bahwa musik dan nyanyian itu haram maupun halal. Oleh karena itu, hukum musik menjadi persoalan ijtihādiyah, yaitu masalah yang terbuka untuk perbedaan penafsiran di kalangan ulama dan tidak memiliki kesepakatan mutlak. Baik ulama klasik maupun kontemporer memiliki pandangan yang beragam terkait hukum musik, sehingga muncul perbedaan pendapat dalam menyikapinya.

Sebagian ulama berpendapat bahwa musik haram, terutama apabila mengantarkan kepada kemaksiatan. Sementara itu, sebagian ulama lainnya memandang musik sebagai sesuatu yang mubah atau diperbolehkan dengan syarat tertentu, seperti isi lirik dan konteks penggunaannya harus sesuai dengan nilai-nilai syariat Islam. Ada pula ulama yang menilai musik bersifat netral dan hukumnya bergantung pada tujuan, isi, serta dampak yang ditimbulkannya. Dengan demikian, musik dapat dinikmati selama tidak mengandung unsur yang dilarang oleh ajaran Islam dan tidak melalaikan seseorang dari kewajiban ibadah.⁴³

Pembahasan mengenai larangan musik dalam Islam umumnya bertumpu pada sejumlah hadis yang menyebutkan pengharaman alat-alat musik, dengan pengecualian penggunaan rebana (duff) pada waktu-waktu

⁴³ Wisnu Indradi, "KAIDAH FIKIH DALAM HALAL DAN HARAM MENURUT SYAIKH YUSUF AL-QARDHAWI," *Khuluqiyya: Jurnal Kajian Hukum Dan Studi Islam*, July 15, 2023, 213–30, <https://doi.org/10.56593/khuluqiyya.v5i2.110>.

tertentu, serta penafsiran ayat Al-Qur'an tentang lahwul hadiths atau percakapan yang melalaikan sebagaimana tercantum dalam QS. Luqman ayat 6. Musik dinilai terlarang apabila mengandung unsur maksiat, melalaikan dari kewajiban agama, atau mendorong perilaku negatif. Atas dasar inilah sebagian besar ulama klasik cenderung mengharamkan atau setidaknya memakruhkan musik.

Musik yang hanya berfungsi sebagai hiburan dan tidak menimbulkan kemaksiatan dinilai makruh oleh sebagian pendapat, namun hukumnya dapat berubah menjadi haram apabila melalaikan dari kewajiban agama. Dengan demikian, hukum musik dalam Islam merupakan persoalan ikhtilāf di kalangan ulama. Pandangan yang banyak dianut menyatakan bahwa musik menjadi haram apabila disertai unsur maksiat seperti khamr, pergaulan bebas, atau lirik yang bertentangan dengan nilai Islam. Sebaliknya, musik dapat dibolehkan apabila terbebas dari unsur-unsur tersebut, bahkan berpotensi menjadi media dakwah yang positif.

Prinsip yang digunakan adalah bahwa hukum suatu perkara bergantung pada dampaknya al-ḥukmu yadūru ma'a 'illatihi. Apabila musik tersebut membawa pendengarnya lebih dekat kepada Allah, maka tidak dapat disamakan dengan musik yang bersifat maksiat. Bahkan, sebagian ulama memandang musik semacam ini dapat berfungsi sebagai sarana dakwah, sebagaimana syair-syair Islami yang telah digunakan sejak masa Nabi Muhammad.

H. Teori Resepsi Stuart Hall

Teori resepsi berpijak pada pandangan bahwa makna suatu teks tidak sepenuhnya melekat pada pesan yang diproduksi, melainkan terbentuk melalui proses interaksi antara teks dan audiens. Dalam perspektif ini, khalayak tidak diposisikan sebagai penerima pasif, tetapi sebagai subjek yang aktif menafsirkan pesan sesuai dengan pengalaman sosial, latar budaya, serta kerangka pemahaman yang dimilikinya. Oleh karena itu, respons terhadap suatu tayangan atau teks dapat berbeda-beda meskipun sumber pesannya sama.

Gagasan mengenai proses pembentukan makna tersebut dipertegas oleh Stuart Hall melalui konsep *encoding* dan *decoding*. Encoding merujuk pada tahap ketika pesan diproduksi dan disusun dengan menggunakan kode-kode tertentu yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan ideologis pembuatnya. Sementara itu, decoding merupakan proses ketika audiens menafsirkan kembali pesan tersebut berdasarkan sudut pandang dan pengalaman mereka sendiri. Karena setiap individu memiliki latar belakang yang berbeda, hasil pemaknaan yang muncul pun tidak selalu sama dengan maksud awal pembuat pesan.⁴⁴

⁴⁴ Miranda Ainin Prihandini, *Resepsi Audiens Atas Kekerasan Seksual Terhadap Pemberitaan Korban Pelecehan Seksual Baiq Nuril*, *Jurnal Audiens*, pt. 1, 2 (March 2025): 5.

Menurut Stuart Hall (1980:128), khalayak melakukan decoding terhadap pesan media melalui tiga kemungkinan posisi, yaitu: posisi hegemoni dominan, negosiasi, dan oposisi.

1. Posisi Dominan (makna utama yang ingin disampaikan oleh pembuat pesan) Hegemoni (makna tersebut diterima oleh audiens dan dianggap wajar atau benar.) Jadi posisi dominan-hegemonik, artinya audiens menerima pesan media sesuai dengan makna dominan yang dimaksudkan oleh pembuat pesan. Pada posisi ini, interpretasi khalayak sejalan dengan makna yang diharapkan, karena keduanya berada dalam referensi budaya dan ideologi yang relatif sama.
2. Posisi Negosiasi muncul ketika audiens pada dasarnya memahami dan menerima pesan yang disampaikan, namun melakukan penyesuaian tertentu berdasarkan pengalaman pribadi atau nilai sosial yang mereka anut. Dalam situasi ini, penerimaan tidak bersifat penuh, melainkan disertai reinterpretasi pada bagian-bagian tertentu.
3. Posisi Oposisi terjadi ketika audiens menolak kerangka makna yang ditawarkan oleh media dan membangun interpretasi alternatif. Penolakan ini biasanya dipengaruhi oleh perbedaan latar belakang sosial, pengalaman, atau pandangan ideologis, sehingga audiens

mengembangkan pemahaman yang berbeda dari makna yang diinginkan pembuat pesan.⁴⁵

Stuart Hall dalam (Procter, 2004), mengatakan bahwa suatu pesan hanya memiliki arti ketika benar-benar dimaknai oleh audiens. Tanpa proses pemaknaan tersebut, pesan tidak akan menghasilkan dampak apa pun dalam praktik sosial. Konsumsi media tidak sekadar berarti menerima informasi, tetapi melibatkan proses interpretasi yang memberi makna terhadap pesan yang diterima. Pandangan tersebut memperkuat gagasan dasar teori resepsi, terutama mengenai hubungan antara *encoding* dan *decoding*. Pesan yang telah diproduksi melalui proses encoding baru akan memiliki efek ketika audiens melakukan decoding dan mengartikulasikannya dalam tindakan, sikap, atau respons tertentu. Penelitian resepsi menempatkan proses pemaknaan audiens sebagai elemen kunci dalam memahami bagaimana suatu pesan bekerja dalam masyarakat.⁴⁶

Dalam perkembangan perspektif Hall (2006), audiens semakin diposisikan sebagai unsur yang menentukan dalam proses produksi makna. Makna tidak dianggap semata-mata melekat pada teks media, tetapi terbentuk melalui interaksi antara teks dan khalayak yang menafsirkannya. Pemahaman terhadap suatu pesan sangat dipengaruhi

⁴⁵ Stuart Hall, *Encoding/Decoding*. In D.H Stuart Hall (Ed.), *Culture, Media, Language* (Routledge, 1980).

⁴⁶ Procter, J, *Stuart Hall-Routledge Critical Thinkers I n English Studies* (Routledge, 2004).

oleh konteks sosial, pengalaman, serta kerangka interpretatif yang dimiliki oleh audiens.

Perspektif ini menolak anggapan bahwa khalayak hanyalah penerima pasif yang sekadar menyerap pesan media. Sebaliknya, audiens dipandang sebagai partisipan aktif yang mampu menginterpretasikan, menegosiasikan, bahkan merekonstruksi makna sesuai dengan sudut pandangnya. Dalam konteks media digital, peran aktif tersebut semakin terlihat melalui berbagai bentuk respons, komentar, dan reproduksi pesan yang menunjukkan bahwa khalayak juga dapat menjadi produsen makna.⁴⁷

⁴⁷ Hall, S, *Encoding/Decoding*. In M. G. Durham & D. M. Kellner (Eds.), *Media and Cultural Studies: Key Works*, 2nd ed. (Blackwell Publishing, 2006).

I. Kerangka Berpikir

