

Analisis Semiotik
Label Halal Sebagai Simbol Komunikasi Dakwah

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Penyelesaian Program
Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)**



PERPUSTAKAAN
IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA

No. KLAS F D-2010 030 FRI	No. REG : D-2010/FRI/030
	ASAL BUKU :
	TANGGAL :

OLEH :

LUCKIYATI MAULIDAH

NIM : BO1206012

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS DAKWAH

JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

2010

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh Luckiyati Maulidah ini telah dipertahankan di depan
Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 26 Juli 2010

Mengesahkan,
Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Dekan,



Dr. Aswadi, M. Ag

NIP. 1960041219940310014

Ketua,

Lukman Hakim, S. Ag, M. Si, MA

NIP. 197308212005011004

Sekretaris,

Amin Thohari, S. Ag, M. Si, M. Pd. I

NIP. 197007082000031004

Penguji I,

Ahmad Khairul Hakim, S. Ag, M. Si

NIP. 197512302003121001

Penguji II,

Abdullah Sattar, S. Ag, M. Fil. I

NIP. 196512171997031002



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama dakwah, dengan dakwah agama Islam mengalami perkembangan yang cukup pesat melalui cara-cara yang damai. Selama ini banyak orang menganggap bahwa dakwah adalah tugas para ulama saja, padahal dakwah merupakan kewajiban setiap umat Islam. Seperti dalam firman Allah dalam Surat Ali Imran ayat 104 :²

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ۝

Artinya:

Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.

² Departemen Agama R. I., *Al Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Depag R. I., 1984), hal. 93

Dari segi bahasa, dakwah memiliki beberapa makna yaitu memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendoakan, menangi, dan meratapi.³

Menurut para ahli dakwah memiliki beberapa definisi,⁴ Syekh Muhammad Al-Rawi mendefinisikan dakwah adalah pedoman hidup yang sempurna untuk manusia beserta ketetapan hak dan kewajibannya. Sedangkan menurut HSM Nasarudin Latif, dakwah adalah setiap usaha atau aktivitas dengan lisan, tulisan dan lainnya yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia untuk beriman dan mentaati Allah sesuai dengan garis-garis akidah dan serta akhlaq islamiyah.

Pada dasarnya dapat kita katakan bahwa dakwah itu adalah juga merupakan suatu proses komunikasi, tetapi tidak semua proses komunikasi merupakan proses dakwah.⁵ Dengan demikian, jika diperhatikan secara seksama dan mendalam, maka pengertian itu tidak lain adalah komunikasi. Jika dalam komunikasi seorang komunikator menyampaikan pesannya kepada komunikan, maka begitu halnya dengan kegiatan dakwah dimana seorang *da'i* menyampaikan pesan dakwahnya pada *mad'u*.

Ada dua bentuk pesan dalam komunikasi di kehidupan manusia, yaitu pesan verbal dan *non verbal*. Pesan verbal adalah kata-kata baik terucap atau tertulis dalam bentuk bahasa (halus, kasar, ilmiah, dst.).⁶ Sedangkan pesan *non verbal* adalah semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting

³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 6

⁴ *Ibid*, hal. 11-13

⁵ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), hal. 39

⁶ Prihananto, *Padatan Materi Kuliah Komunikasi Lintas Budaya*, 2007, hal. 5

komunikasi yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai pesan potensial bagi sumber penerima.⁷

Seperti dikatakan oleh HSM Nasarudin di atas, aktivitas dakwah meliputi aktivitas lisan, tulisan atau lainnya. Dalam ilmu dakwah, ada beberapa metode dakwah seperti, dakwah *bil lisan*, dakwah *bil qalam*, dakwah *bil haal*. Dapat disimpulkan bahwa ketiga metode tersebut merupakan bentuk komunikasi verbal dan *non* verbal.

Pada penelitian ini, peneliti akan menganalisis mengenai label halal. Menurut hemat peneliti, label halal merupakan bentuk komunikasi verbal dengan argumen bahwa label halal tersebut tercetak pada kemasan makanan serta pada label halal terdapat tulisan "Majelis Ulama Indonesia" dan kata "halal".

Selain itu, dalam buku teori komunikasi S. Djuarsa Sendjaja, dijelaskan salah satu yang membedakan antara pesan verbal dan non verbal adalah kesengajaan pesan (*the intentionality of the message*). Artinya, pesan dikatakan pesan verbal kalau pesan tersebut dikirim oleh sumber dengan sengaja dan diterima oleh penerima secara sengaja pula.⁸

Melalui label tersebut juga masyarakat muslim sebagai masyarakat mayoritas di Indonesia mendapatkan haknya sebagai konsumen yakni, konsumen berhak atas produk yang aman dan konsumen berhak atas informasi yang relevan terhadap produk yang dipakainya.⁹

⁷ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hal. 307

⁸ S. Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 1994), hal. 229

⁹ Syaifuddin Zuhri, *Perilaku Konsumen (Hand Out)*, 2008, hal. 42

Selain itu, dengan adanya label halal tersebut masyarakat muslim mengetahui bahwa produk tersebut aman dikonsumsi. Dengan adanya label halal tersebut, masyarakat khususnya umat Islam mendapat informasi bahwa dalam produk tersebut tidak ada sesuatu yang dilarang penggunaannya menurut syariat Islam.

Jika label halal termasuk bentuk komunikasi verbal berupa tulisan, dan keberadaannya bisa membawa informasi tentang kehalalan suatu produk. Maka jika ditinjau dari ilmu dakwah bahwa label halal tersebut merupakan bentuk dakwah *bil qalam*.

Dalam buku ilmu dakwah Moh. Ali Aziz, disebutkan bahwa dakwah *bil qalam* sebagai dakwah dengan karya tulis. Metode karya tulis merupakan buah dari keterampilan tangan dalam menyampaikan pesan dakwah. Keterampilan tangan ini tidak hanya melahirkan tulisan, tapi juga gambar ataupun misi dakwah.

Label halal merupakan gambar mati yang lebih dominan dikonstruksi dan dipersepsi sendiri oleh orang yang melihatnya. Gambar mati memiliki kelebihan yaitu dapat dilihat secara sekilas dan langsung memberikan persepsi.¹⁰

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan Analisis Semiotik untuk mengkaji lebih jauh mengenai label halal. Yaitu bagaimana label halal pada kemasan makanan berperan membimbing konsumen di Indonesia, khususnya konsumen muslim agar bisa menangkap pesan yang terkandung di dalamnya. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teori milik Ferdinand de

¹⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 377

Saussure, menurutnya tanda mempunyai dua entitas, yaitu *signifier* dan *signified* atau wahana "tanda" dan "makna" atau "penanda" dan "petanda".¹¹

Masih menurut Saussure, tanda "mengekspresikan" gagasan sebagai kejadian mental yang berhubungan dengan pikiran manusia. Jadi, secara implisit tanda sebagai alat komunikasi antara dua orang manusia yang secara sengaja dan bertujuan menyatakan maksud. Lebih jauh lagi yang dimaksud tanda dalam penelitian ini adalah label halal yang terdapat pada kemasan makanan.

Dari fenomena di atas peneliti menganggap perlu untuk menganalisis label halal sebagai simbol komunikasi dakwah. Dengan analisis semiotik ini, peneliti mencoba menggali makna yang terkandung dibalik label halal. Dan apakah melalui simbol label halal tersebut bisa dikatakan sebagai bentuk komunikasi dakwah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dapat dikemukakan rumusan permasalahan sebagai berikut

1. Apakah simbol label halal pada kemasan produk makanan termasuk bentuk dari komunikasi dakwah ?
2. Apa makna yang terkandung di balik label halal jika dianalisis menggunakan semiotik Ferdinand de Saussure?

C. Tujuan penelitian

¹¹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media* , (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997), hal. 109

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah pencantuman label halal pada kemasan makanan merupakan salah satu bentuk komunikasi dakwah
2. Untuk mengetahui makna apa yang terkandung dibalik label halal pada kemasan makanan melalui analisis semiotik

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah meliputi dua aspek :

1. Segi teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas keilmuan mengenai pola komunikasi dakwah.

2. Segi praktis

Penelitian ini diharapkan sebagai pengalaman bagi peneliti untuk mempelajari bentuk komunikasi dakwah. Selain itu, untuk mengenalkan bentuk komunikasi dakwah yang berbeda dari sekedar ceramah dari seorang da'i kepada mad'unya.

E. Konseptualisasi

1. Label Halal

Label halal adalah label yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Makanan Mejlis Ulama Indonesia (LPPOM MUI), yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syari'at Islam yang terdapat di kemasan produk dan berlaku selama dua tahun.

Untuk mencantumkan label halal pada kemasan produk, produsen harus mendapatkan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sertifikat Halal adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam.¹²

Penelitian ini menggunakan model grafis label halal pada kemasan makanan, peneliti memakai dua model grafis, yang dideskripsikan sebagai berikut:

- a. label halal pada kemasan Indomie dengan grafis yang berbentuk lingkaran putih bergaris tepi hitam, di bagian dalam lingkaran tersebut tertulis "Majelis Ulama Indonesia", lalu di dalam lingkaran tersebut ada lingkaran lain tapi berwarna hijau. Pada lingkaran yang berwarna hijau tersebut terdapat tulisan Majelis Ulama Indonesia dengan menggunakan huruf arab yang melingkar, di dalamnya tertulis halal dengan huruf arab dan huruf latin pula.
- b. Label halal pada kemasan bumbu penyedap rasa Masako dengan grafis bentuknya lebih simpel hanya ada lingkaran yang di dalam terdapat tulisan halal dalam huruf arab dan huruf latin, yang semuanya memiliki warna merah.

2.Simbol Komunikasi Dakwah

Secara etimologis, simbol (symbol) berasal dari Yunani "*sym-ballein*" yang berarti melemparkan bersama suatu (benda, perbuatan) dikaitkan

¹² www.tokoherbal.com, diakses pada 12 April 2010

dengan suatu ide. Ada pula yang menyebutkan "*symbolos*", yang berarti tanda atau ciri yang memberitahukan sesuatu hal kepada seseorang.¹³

Dalam kamus umum bahasa Indonesia, simbol adalah semacam tanda, lukisan, perkataan, lencana, dan sebagainya, yang menyatakan sesuatu hal, atau mengandung makna tertentu.¹⁴ Sedang dalam buku analisis teks media, simbol adalah sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang oleh kaidah secara konvensi telah lazim digunakan dalam masyarakat.¹⁵

Yang peneliti maksud dengan komunikasi dakwah dalam penelitian ini adalah terjadinya transfer pesan berupa ajaran-ajaran Islam melalui label halal dari Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) kepada konsumen muslim di Indonesia.

Bahwa melalui label halal pada kemasan makanan merepresentasikan nilai-nilai keislaman. Lebih jauh lagi, dibalik label halal tersebut bisa mewakili pesan-pesan ajaran Islam.

Dengan demikian, simbol komunikasi dakwah yaitu sebuah tanda yang menyatakan adanya transfer pesan berupa ajaran-ajaran Islam.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran yang jelas pada skripsi ini maka pada bagian ini penulis mengemukakan pembahasan terhadap permasalahan yang diangkat

¹³ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), hal. 155

¹⁴ Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hal.

¹⁵ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997), hal. 98

dalam skripsi ini, penulis menyusun sistematika dalam lima bab dengan susunan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pertama ini, peneliti menyajikan beberapa pembahasan yang terdiri dari latar belakang masalah yang merupakan gambaran fenomena yang mendasari peneliti dalam melakukan penelitian, kemudian dirinci dengan rumusan masalah untuk memberikan batasan terhadap masalah yang diteliti, diteruskan dengan tujuan penelitian, manfaat penelitian, konseptualisasi, dan diakhiri dengan sistematika pembahasan yang menjelaskan tiap bab secara singkat.

BAB II : KAJIAN TEORETIK

Dalam bab kedua ini, peneliti akan menyajikan teori yang akan digunakan dalam penelitian mendatang. Landasan teori yang dikemukakan dalam bab ini meliputi analisis semiotika milik Ferdinand de Saussure. Selain itu, peneliti juga akan menjabarkan lebih jauh mengenai komunikasi dakwah.

BAB III : METODE PENELITIAN

Untuk bab ini, peneliti akan menyajikan metode yang digunakan penelitian meliputi pendekatan dan jenis penelitian, unit analisis, tahap penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Bab selanjutnya merupakan proses penyajian dan analisis data. Bab ini berisi penyajian dan analisis data, yang melingkupi deskripsi obyek penelitian, deskripsi hasil penelitian dan analisis data.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini, peneliti akan menyajikan dua sub bab yang meliputi simpulan dan saran. Simpulan berisi tentang pokok masalah serta jawaban yang sudah tersusun dengan benar. Dan sub bab selanjutnya merupakan saran dari peneliti berdasarkan hasil penelitian.

BAB II

KERANGKA TEORETIK

A. Analisis Semiotik

Kata semiotika sendiri berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang berarti tanda.¹⁶ Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain.

Semiotik sebagai suatu model dari ilmu pengetahuan sosial memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut tanda. Tanda (*sign*) adalah basis dari seluruh komunikasi. Ilmu ini juga mempelajari

¹⁶ Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2009), hal.

hakikat tentang keberadaan suatu tanda. Tanda (*sign*) adalah sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lainnya.

Manusia melalui perantara tanda-tanda dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Bahkan manusia dalam semiotika kerap kali disebut sebagai *homo semioticus*. Secara garis besar semiotika adalah sebuah analisis mengenai tanda.

Berkenaan dengan studi semiotika, menurut John Fiske terdapat tiga area penting dalam studi semiotik, yakni:

1. Tanda itu sendiri. Berkaitan dengan tanda yang beragam. Tanda buatan manusia dan hanya dimengerti oleh orang-orang yang menggunakannya.
2. Kode atau sistem di mana lambang-lambang disusun.
3. Kebudayaan di mana kode atau lambang beroperasi

Sekurang-kurangnya terdapat sembilan macam semiotik yang kita kenal sekarang, yaitu:¹⁷

1. Semiotik *analitik*, yakni semi¹⁰ ng menganalisis sistem tanda. Pierce menyatakan bahwa semiotik berobyekkan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, objek, dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu pada obyek tertentu.

¹⁷ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997), hal. 100

2. Semiotik *deskriptif*, yakni semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat kita alami sekarang, meskipun ada tanda yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang (mendung-hujan, asap-api dll)
3. Semiotik *Faunal (zoosemiotic)*, yakni semiotik yang khusus memperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan.
4. Semiotik *kultural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu.
5. Semiotik *naratif*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda dalam narasi yang berwujud mitos dan cerita lisan (*folklore*).
6. Semiotik *natural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam.
7. Semiotik *normatif*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud norma-norma (*rambu lalu lintas*).
8. Semiotik *sosial*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia yang berwujud lambang, baik berwujud kata maupun kalimat (bahasa).
9. Semiotik *struktural*, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.

B. Model Semiotik Ferdinand De Saussure

Tokoh semiotik yang terkenal adalah Ferdinand de Saussure (1857-1913) dari Swiss. Saussure lahir di Jenewa dalam sebuah keluarga yang sangat terkenal di kota itu karena keberhasilan mereka dalam bidang ilmu.

Setelah satu tahun yang kurang memuaskan saat menempuh kuliah fisika dan kimia di Universitas Jenewa, Saussure pindah ke Universitas Leipzig untuk belajar bahasa.

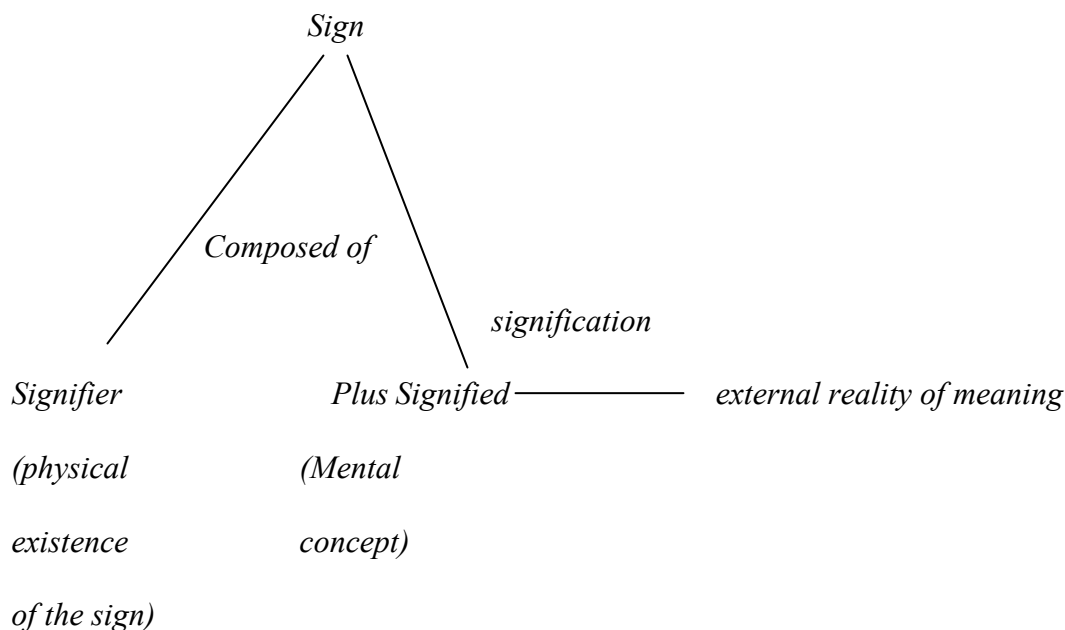
Saussure memang terkenal karena teorinya tentang tanda, ia sebetulnya tidak pernah mencetak pemikirannya menjadi buku. Catatan-catatannya dikumpulkan oleh murid-muridnya menjadi sebuah *outline*. Karyanya yang disusun dari tiga kumpulan catatan kuliah saat ia memberi kuliah linguistik umum di Universitas Jenewa, yang kemudian diterbitkan sebagai buku dengan judul *Course In General Linguistic*.

Pemikiran Saussure yang paling penting dalam konteks semiotik adalah pandangannya mengenai tanda. Saussure meletakkan tanda dalam konteks komunikasi manusia dengan melakukan pemilahan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda).¹⁸

Signifier adalah bunyi yang bermakna atau coretan yang bermakna (aspek material) yakni apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau dibaca. *Signified* adalah gambaran mental, yakni pikiran atau konsep aspek mental dari bahasa. Kedua unsur ini seperti dua sisi dari sekeping mata uang atau selembar kertas.

Berikut adalah gambaran tanda yang terdiri atas *signifier* dan *signified*:

¹⁸ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997), hal. 125



Gb. 1

Hubungan antara keberadaan fisik tanda dan konsep mental tersebut disebut dengan **signification** yaitu upaya dalam memberi makna terhadap dunia. Pada dasarnya *signifier* dan *signified* tersebut adalah produk kultural. Hubungan antara keduanya bersifat arbitrer (manasuka) dan hanya berdasarkan konvensi, kesepakatan, atau peraturan dari kultur pemakai bahasa tersebut.

Sifat arbitrer antara *signifier* dan *signified* serta kaitan antara komponen ini menarik bila dikaitkan dengan kekuasaan. Maksudnya, bagaimana kekuasaan atau pihak yang memegang kekuasaan dapat menentukan *signified* mana yang boleh dikaitkan dengan *signifier*.

Hubungan antara *signifier* dan *signified* ini dibagi menjadi 3 yaitu :¹⁹

1. Ikon adalah tanda yang memunculkan kembali benda atau realitas yang ditandainya, misalnya foto atau peta.

¹⁹ *Ibid*, hal. 126

2. Indeks adalah tanda yang kehadirannya menunjukkan adanya hubungan dengan yang ditandai, misalnya asap adalah indeks dari api.
3. Simbol adalah sebuah tanda di mana hubungan antara *signifier* dan *signified* semata-mata adalah masalah konvensi, kesepakatan atau peraturan.

C. Komunikasi Dakwah

1. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi tidak bisa lepas dari kehidupan manusia, tak ada manusia yang hidup tanpa berkomunikasi. Dengan adanya komunikasi manusia satu dapat memahami atau mengerti manusia lainnya. Secara etimologis istilah komunikasi sendiri dalam bahasa Inggris *communication*, berasal dari bahasa latin *communicatio* bersumber dari *communis* yang berarti sama, dalam arti kata sama makna, yaitu sama makna mengenai suatu hal.²⁰

Sedangkan secara terminologis, para ahli banyak sekali memberi definisi mengenai komunikasi, berikut ini beberapa definisi dari para ahli komunikasi yang peneliti ambil dari buku komunikasi dakwah:²¹

Bernarld Berelson dan Gery A Steiner

²⁰ Onong Uchana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993), hal. 3

²¹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 7

Komunikasi ialah tranmisi informasi gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, serta grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses tranmisi itulah yang disebut komunikasi

Theodere M. Newcomb

”Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi tersendiri dari rangsangan yang diskriminatif dari sumber kepada penerima”

Carl L Hovland

”Komuniaksi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikant) menyampaikan rangsangan (biasanya berupa lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain(*communicate*)”

Geral L Miller

”Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima”

Everett M. Rogers

”Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber lepas suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”

Raymond R Ross

Komunikasi adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar memahami makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator

Harrold de Laswell

”Cara baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan *who say what in which channel to whom with what effect?* Atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana? ”

Dari banyaknya definisi yang dipaparkan oleh para ahli sebenarnya komunikasi merujuk pada proses penyampaian oleh seseorang kepada orang lain, dan kesemuanya itu memiliki tujuann sebagai berikut:²²

- a. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti.
- b. Memahami orang lain
- c. Supaya gagasan kita dapat diterima orang lain
- d. Menggerakakan orang lain untuk melakukan sesuatu

b. Fungsi Komunikasi

Komunikasi dalam prosesnya memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:

- a. Informasi: pengumpulan, penyimpanan, pemerosesan,penyebaran beruta, data, gambar, fakta dan pesan opini dan komentr yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap

²² H. A. W. Widjaja, *Komunikasi (komunikasi dan hubungan masyarakat)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 10

kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat.

- b. Sosialisasi (pemasyarakatan): penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.
- c. Motivasi: menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihan dan keinginannya, mendorong kegiatan individu atau kelompok berdasarkan tujuan yang akan dikejar.
- d. Perdebatan dan diskusi: menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik, menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kepentingan bersama di tingkat nasional dan lokal.
- e. Pendidikan: pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentuk watak dan pendidikan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan dalam semua bidang kehidupan.
- f. Memajukan kebudayaan: penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan

kebudayaan dengan memperluas horison seseorang, membangun imajinasi dan mendorong kreativitas dan kebutuhan estetikanya.

g. Hiburan: penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan image dari drama, tari, kesenian, kesusasteraan, musik, olahraga, permainan dan lain-lain untuk rekreasi, kesenangan kelompok dan individu.

h. Integrasi: menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.

2. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa dakwah dapat diartikan menyeru atau mengajak. Sayyid Qutb memberi batasan dengan "mengajak" atau "menyeru" kepada orang lain masuk ke dalam sabil Allah. Bukan mengikuti da'ī atau sekelompok orang.

Secara terminologis banyak sekali definisi yang diberikan oleh para ahli, berikut ini beberapa definisi yang penulis ambil dalam buku ilmu dakwah milik Moh. Ali aziz:

Toha Yahya Omar

Dakwah Islam adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Aboebakar Atjeh

Dakwah adalah perintah mengadakan seruan kepada sesama manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar dengan kebijaksanaan dan nasihat yang baik.

HSM Nasarudin Latif

Dakwah adalah setiap usaha atau aktivitas dengan lisan, tulisan dan lainnya yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia untuk beriman dan mentaati Allah sesuai dengan garis-garis akidah dan syariat serta akhlak Islamiyah.

Asmuni Syukir

Dakwah Islam adalah suatu usaha atau proses yang diselenggarakan dengan sadar dan terencana untuk mengajak manusia ke jalan Allah, memperbaiki situasi ke arah yang lebih baik (dakwah bersifat pembinaan dan pengembangan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, yaitu hidup bahagia di dunia dan di akhirat).

Dari banyaknya definisi dakwah yang dipaparkan terdapat kesamaan ataupun perbedaan, Asmuni Syukir dalam buku dasar-dasar strategi dakwah Islam menyimpulkannya sebagai berikut:²³

1. Dakwah adalah suatu usaha atau proses yang diselenggarakan dengan sadar dan terencana.

²³ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-ikhlas, 1983), hal.

2. Usaha yang dilakukan adalah mengajak umat manusia kejalan Allah, memperbaiki situasi yang lebih baik (dakwah berifat pengembangan dan pembinaan).
3. Usaha tersebut dilakukan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, yakni hidup bahagia sejahtera di dunia atau di akhirat.

b. Unsur-unsur Dakwah

Dalam kegiatan dakwah ada beberapa unsur yang harus dipenuhi demi keberhasilan proses dakwah. Dan unsur-unsur tersebut meliputi:

1. *Da'i*

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau bentuk organisasi atau lembaga.²⁴

Menurut pengertian di atas dapat diartikan bahwa setiap muslim secara otomatis menjadi juru dakwah. Maka Toto tasmara dalam bukunya komunikasi dakwah, mengklasifikasikan *da'i* dari segi keahlian yang dimiliki menjadi:

1. Secara umum adalah setiap muslim atau yang *mukallaf* (dewasa) di mana bagi mereka kewajiban dakwah merupakan suatu yang melekat tidak terpisahkan dari missionnya sebagai penganut Islam, sesuai dengan perintah sampaikanlah walau hanya satu ayat

²⁴Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 19

2. Secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus (mutakhasis) dalam bidang agama Islam yang dikenal dengan panggilan ulama.

Al-quran juga menjelaskan tentang kewajiban berdakwah bagi setiap muslim, seperti dalam Surat Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ

الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya:

Dan hendaklah di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.

Dari ayat tersebut sudah jelas wajibnya berdakwah, hanya saja para ulama berbeda pendapat mengenai wajibnya itu apakah wajib *kifayah* atau wajib *ain*. Sebagai fardlu *kifayah*, dakwah hanya dibebankan atas orang-orang yang memiliki keahlian dan kemampuan dibidang agama Islam. Hal itu terjadi jika kata *min* dalam ayat tersebut diartikan "sebagian" (*li al tab'idl*). Salah satu ulama yang berpendapat seperti ini adalah AlGhazali dan diikuti oleh Ahmad Mahmud, M. Quraish Shihab, Ibnu Katsir dan Muhammad Ahmad Al-Rasyid.

Sebagian ulama lain berpendapat bahwa kewajiban berdakwah merupakan kewajiban bagi setiap muslim, artinya dakwah mempunyai hukum fardlu *ain*. Hal itu terjadi jika kata *min* dalam ayat di atas berfungsi

sebagai penjelasan (*li al-tabyin*). Kata *minkum* diartikan "kamu semua" bukan "sebagian dari kamu" sebagaimana pendapat pertama.

2. *Mad'u*

Mad'u adalah manusia yang menjadi mitra dakwah atau menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah baik secara individu, kelompok baik yang beragama Islam maupun tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan.

Keberadaan *mad'u* harus menjadi perhatian penting seorang *da'i*. Agar aktivitas dakwah berhasil, maka penting bagi *da'i* untuk mengetahui karakteristik *mad'u* yang dihadapinya.

Bahkan Moh. Ali aziz dalam bukunya ilmu dakwah memberikan klasifikasi *mad'u* berdasarkan perspektif teologi, artinya yang menjadi mitra dakwah atau *mad'u* tidak hanya umat Islam tapi juga orang-orang kafir.

Sedangkan melalui perspektif sosiologisnya, banyak hal yang menjadi acuan tentang klasifikasi karakteristik *mad'u*, misalnya berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, status sosial, umur dan lain sebagainya.

Tentunya dengan memperhatikan karakteristik *mad'u* yang dihadapinya akan mempermudah *da'i* untuk menentukan materi dakwah yang akan disampaikan.

3. Materi Dakwah

Materi atau pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Pada prinsipnya apa pun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Al Quran dan Hadis.²⁵

Secara garis besar, pesan dakwah terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama (Al Quran dan Hadis) dan pesan tambahan atau penunjang (selain Al Quran dan Hadis). Sudah barang tentu Al Quran dan Hadis menjadi sumber utama pesan dakwah, karena dari keduanya merupakan pokok ajaran Islam.

Pesan tambahan atau penunjang dapat berbentuk hasil penelitian ilmiah, kisah teladan, karya sastra berupa puisi, pantun, lagu. Tentunya semuanya itu mengandung unsur-unsur ajaran Islam.

Secara global dapatlah dikatakan bahwa materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok, yaitu:

1. Pesan akidah, meliputi Iman kepada Allah SWT. Iman kepada malaikatNya, Iman kepada kitab-kitabNya, Iman kepada rasul-rasulNya, Iman kepada hari akhir, iman kepada qadha qadar.
2. Pesan syariah meliputi ibadah thaharah, shalat, zakat, puasa, dan haji serta mu'amalah.
 - Hukum perdata meliputi: hukum niaga, hukum nikah, dan hukum waris.

²⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 319

- Hukum publik meliputi: hukum pidana, hukum negara, hukum perang dan damai
- 3. Pesan akhlak meliputi akhlaq terhadap Allah SWT., akhlak terhadap makhluk yg meliputi; akhlak terhadap manusia, diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya, akhlak terhadap bukan manusia, flora, fauna, dan sebagainya.

4. Media Dakwah

Media atau *wasilah* dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*. Pada dasarnya dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah yang dapat merangsang indera manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah. Semakin tepat dan efektif *wasilah* yang dipakai semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran Islam pada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.

Dalam ilmu komunikasi, media dapat juga diklasifikasikan menjadi tiga macam:²⁶

1. Media Terucap (*The Spoken Words*) yaitu alat yang dapat mengeluarkan bunyi, Seperti telepon, radio, dan sejenisnya.
2. Media Tertulis (*The Printed Writing*) yaitu media berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamphlet, lukisan, gambar dan sejenisnya.

²⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 407

3. Media Dengar Pandang (*The Audio Visual*) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar yaitu film, video, televisi dan sejenisnya.

5. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang *da'i* (komunikator) kepada *mad'u* untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.²⁷

Metode dakwah pada dasarnya berpijak pada dua aktivitas yaitu aktivitas bahasa lisan atau tulisan (*bi ahsan al qawl/ bil al kitabah*) dan aktivitas badan atau perbuatan (*bi ahsan al amal*).²⁸ Dalam Al Quran juga dijelaskan bentuk-bentuk metode dakwah yang terdapat pada surat An Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِّلْهُم
 بِأَتْيَىٰ هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ
 وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya:

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

²⁷ Toto tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Gaya Media Pratama: Jakarta, 1997), hal. 43

²⁸ Enjang AS, dan Aliyudin, *Dasar-dasar Ilmu dakwah*, (Widya Pandjajaran: Bandung, 2009), hal. 86

Berdasarkan ayat tersebut dapat diambil pemahaman bahwa metode dakwah itu meliputi tiga cakupan, yaitu:²⁹

1. Al-Hikmah adalah merupakan kemampuan dan ketepatan *da'i* dalam memilih, memilah dan menyelaraskan teknik dengan kondisi objektif *mad'u*.
2. Mauizhah Hasanah dapat diartikan sebagai ungkapan yang mengandung unsur bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, berita gembira, peringatan, pesan-pesan positif (*wasyiat*) yang bisa dijadikan pedoman dalam kehidupan agar mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat.
3. *Al Mujadalah bi al Lati Hiya Ahsan* merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melahirkan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat.

3. Komunikasi Dakwah

Setelah penjabaran di atas mengenai komunikasi dan dakwah, kita bisa menarik pemahaman bahwasannya dari segi komunikasi, maka dakwah adalah merupakan suatu proses penyampaian pesan-pesan (*message*) berupa ajaran Islam yang disampaikan secara persuasive (*hikmah*) dengan harapan agar komunikan dapat bersikap dan berbuat amal sholeh sesuai dengan ajaran Islam.³⁰

²⁹ Munzier Suparta, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 8

³⁰ Toto tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), hal. 38

Kalau diperhatikan secara seksama dan mendalam, maka pengertian daripada dakwah itu tidak lain adalah komunikasi. Ahmad Mubarak dalam buku Psikologi Dakwah mengungkapkan bahwa kegiatan dakwah adalah kegiatan komunikasi di mana *da'i* mengkomunikasikan pesan dakwah kepada *mad'u*, baik secara perseorangan maupun kelompok.

Secara teknis, dakwah adalah komunikasi *da'i* (komunikator) dan *mad'u* (komunikan). Semua hukum yang berlaku dalam ilmu komunikasi berlaku juga dalam dakwah, hambatan komunikasi adalah hambatan dakwah, dan bagaimana mengungkapkan apa yang tersembunyi di balik perilaku manusia dakwah sama juga dengan apa yang harus dikerjakan pada manusia komunikan.

Dakwah merupakan suatu bentuk komunikasi yang khas. Dakwah merupakan suatu proses komunikasi, tapi tidak semua proses komunikasi adalah proses dakwah.

Dalam kajian lebih dalam, perbedaan yang ada dalam komunikasi dakwah dan kegiatan komunikasi pada umumnya hanyalah pesan yang disampaikan dan komunikator.³¹ Dalam komunikasi muatan pesannya lebih netral dan umum, sedang dalam komunikasi dakwah terkandung nilai kebenaran dan keteladanan Islam. Begitu pula dengan komunikatornya, sebagai aktor dalam komunikasi dakwah diharuskan yang memiliki spesifikasi syarat dan kriteria tersendiri.

³¹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 24

Di samping itu, kalau pada aktivitas komunikasi yang biasa atau rutin, tidak begitu mempersoalkan apa yang menjadi motivasi ataupun tujuan yang dimaksud, maka dalam komunikasi dakwah, hal itu sudah benar-benar dikaitkan dengan tujuan dakwah secara mikro, maupun makro.

Wahyu Ilaihi dalam buku komunikasi dakwah, memndefinisikan komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnyayang bersumber dari Al Quran dan Hadis dengan menggunakan lambang-lambang baik secara *verbal* maupun *non verbal* dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak lansung melalui media.³²

Komunikasi dakwah juga dapat diartikan sebagai upaya komunikator (orang yang menyampaikan pesan, seperti: ustaz, ulama, kiai, buya, atau mubaligh) dalam mengomunikasikan / menyampaikan pesan-pesan Al Quran dan Hadis kepada umat (khalayak) agar umat dapat mengetahui, memahami, menghayati, dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari serta menjadikan Al Qur'an dan Hadits sebagai pedoman dan pandangan hidup.

Secara umum, komunikasi dakwah adalah suatu penyampaian pesan dakwah yang secara sengaja dilakukan oleh komunikator (*da'i*) pada

³² *Ibid*, hal. 26

komunikasikan (*mad'u*) dengan tujuan membuat komunikasi berperilaku tertentu.

Setidaknya ada beberapa peran komunikasi dalam dakwah diantaranya adalah:³³

1. Komunikasi dapat menciptakan iklim pada perubahan dengan memasukkan nilai-nilai persuasive Islam, sikap mental Islam, dan bentuk perilaku Islam.
2. Komunikasi dapat mengajarkan keterampilan-keterampilan pendidikan Islam.
3. Media massa dapat bertindak sebagai pengganda sumber-sumber daya pengetahuan.
4. Media massa dapat mengantarkan pengalaman-pengalaman yang dialami diri sendiri sehingga mengurangi biaya psikis dan ekonomi untuk menciptakan kepribadian Islami (*amar ma'ruf nahi munkar*).
5. Komunikasi dapat meningkatkan apresiasi yang merupakan perangsang untuk bertindak secara riil.
6. Komunikasi dapat membantu masyarakat menemukan Islam dan tentang pengetahuan Islam dalam mengatasi perubahan.
7. Komunikasi dapat membuat orang lebih condong untuk berpartisipasi dalam membuat keputusan di tengah kehidupan masyarakat.

³³ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 40

8. Komunikasi dapat mengubah struktur kekuasaan masyarakat pada masyarakat yang awam kemasyarakatan yang memiliki pengetahuan dan wawasan kepada massa.
9. Komunikasi dapat menciptakan umat menjadi loyal terhadap Islam.
10. Komunikasi memudahkan perencanaan dan implementasi program dan strategi dakwah.
11. Komunikasi dapat membuat dakwah menjadi proses yang berlangsung secara mandiri (*self perpetuating*).

D. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam penelitian ini, peneliti juga mencari beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai relevansi dengan penelitian yang peneliti lakukan. Pemilihan penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai bahan acuan bagi peneliti, didasarkan pada analisis yang dipakai. Yakni mengenai analisis makna di balik sebuah tanda atau yang lazim dikenal analisis semiotik pada sebuah lambang. Setidaknya, ada dua penelitian terdahulu yang menjadi pembanding dengan penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Moh. Anas

Penelitian ini berjudul Analisis “Moncong Putih” Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) di tv swasta (studi analisis semiotik & analisis wacana). Penelitian yang dilakukan tahun 2004 ini mempunyai tujuan ingin mengetahui secara mendalam (arti dan makna) tentang kemasan iklan PDIP

dalam pemilu 2004 lewat media tv swasta dan untuk mengetahui implikasi iklan PDIP pada masyarakat.

Dari penelitian tersebut, Moh. Anas sebagai peneliti menyimpulkan bahwa produksi iklan “Moncong Putih” di tv secara teoritis memang sangat sempurna dengan sifat-sifat iklan pada umumnya. Meskipun pesan yang disampaikan dalam iklan tersebut antara audio dan video mampu membangun tentang symbol-simbol PDI Perjuangan. Dengan tidak meninggalkan fungsi media tv, iklan “Moncong Putih” adalah sebagai bukti kekuatan PDIP dalam menghadirkan identitasnya sehingga makna yang ditimbulkan dari pesan iklan adalah ajakan untuk mencoblos PDI Perjuangan NO. 18.

Kesimpulan kedua yaitu proses konstruksi iklan moncong putih hanya sampai pada kognisi sosial karena iklan PDI Perjuangan tidak mampu mengkonstruksi pada sisi afektif dan behaviour individu-individu audiens, sehingga pada pemilu 2004 iklan ini telah dianggap gagal dalam membangun citra partai sehingga menjadikan pdi perjuangan tidak mampu memenangkan pemilihan umum tahun 2004.

Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah sama-sama ingin mengetahui makna di balik sebuah simbol, dalam hal ini yakni moncong putih dan label halal.

Perbedaannya dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian ini tidak hanya menggunakan analisis semiotik saja, juga menggunakan analisis wacana untuk mengetahui implikasi iklan “Moncong Putih” terhadap masyarakat.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Alifa Arifiyanti

Penelitian yang mengambil judul Analisis Semiotik Lambang Pemerintah Daerah Kabupaten Mojokerto ini, mempertanyakan tentang bagaimana arti dan makna lambing atau simbol Pemerintah Kabupaten Mojokerto menurut analisis semiotik.

Kesimpulan yang diperoleh penelitian yang dilakukan tahun 2005 ini adalah bahwa lambang Pemerintahan Kabupaten Mojokerto berkaitan dengan peristiwa-peristiwa sejarah Kota Mojokerto, dalam lambang Kabupaten Mojokerto mencerminkan atau menggambarkan keseluruhan dari karakteristik Kabupaten Mojokerto baik dari segi sejarah Kabupaten Mojokerto maupun dari segi budaya bangsa Indonesia.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah jika pada penelitian ini menggambarkan komunikasi yang bersifat umum, maka dalam penelitian yang akan peneliti lakukan menggambarkan bentuk komunikasi yang khas yakni komunikasi dakwah.

Selain itu, dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotik model Rolland Bathes sedang dalam penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan analisis semiotik model Ferdinand de Saussure.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian dengan judul Analisis Semiotik Label Halal sebagai Simbol Komunikasi Dakwah merupakan penelitian nonkancah atau nonlapangan yang mengkaji label halal pada beberapa kemasan makanan.

Untuk mengkaji label halal yang terdapat pada kemasan makanan, peneliti akan menggunakan pendekatan analisis semiotik milik Ferdinand de Saussure. Pendekatan melalui semiotik dirasa peneliti sangat sesuai untuk penelitian ini, karena semiotik sendiri merupakan sebuah analisis mengenai tanda.

Jenis penelitian yang akan dipakai adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.³⁴

Penelitian kualitatif dipilih karena dengan jenis penelitian ini peneliti akan dengan mudah mendeskripsikan makna yang terkandung di balik label halal yang terdapat pada kemasan makanan tentunya menggunakan analisis semiotik Ferdinand de Saussure, peneliti akan memilah-milah antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda).

³⁴ Lexy, J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hal. 3

B. Unit Analisis

Unit of analysis adalah pesan-pesan yang akan diteliti melalui analisis semiotik. Pesan yang dimaksud berupa gambar, judul, kalimat, paragraf, adegan dalam film atau keseluruhan isi pesan.

Pada penelitian ini, label halal pada kemasan makanan menjadi bahan yang akan penulis teliti. Label halal sendiri dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI), yang berlaku selama dua tahun.

Alasan penting mengapa peneliti memilih label halal sebagai bahan penelitian ialah karena melalui label memiliki manfaat yang sangat besar bagi umat Islam. Dengan adanya label tersebut konsumen muslim di Indonesia bisa memperoleh informasi tentang kehalalan suatu produk sesuai syariat Islam, tanpa harus meneliti bahan yang menyusunnya.

Peneliti akan menggunakan dua model grafis label halal yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI).

Penelitian ini akan menggunakan model grafis label halal pada kemasan makanan, peneliti memakai dua model grafis, yang dideskripsikan sebagai berikut:

- a. Label halal pada kemasan Indomie dengan grafis yang berbentuk lingkaran putih bergaris tepi hitam, di bagian dalam lingkaran tersebut tertulis "Majelis Ulama Indonesia", lalu di dalam lingkaran tersebut ada lingkaran lain tapi berwarna hijau. Pada lingkaran yang berwarna

hijau tersebut terdapat tulisan Majelis Ulama Indonesia dengan menggunakan huruf arab yang melingkar, di dalamnya tertulis halal dengan huruf arab dan huruf latin.

- b. Label halal pada kemasan bumbu penyedap rasa Masako dengan grafis bentuknya lebih simpel hanya ada lingkaran yang di dalam terdapat tulisan halal dalam huruf arab dan huruf latin, yang semuanya memiliki warna merah

Pemilihan dua produk tersebut karena keduanya sudah familiar dan beredar banyak di tengah masyarakat Indonesia.

C. Tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian sebagai proses penelitian yang dilakukan peneliti secara sistematis guna memperoleh hasil penelitian yang sistematis pula, antara lain sebagai berikut :

1. Mencari Tema

Tema yang dipilih oleh peneliti ini, berawal dari ketertarikan peneliti terhadap berbagai simbol-simbol yang sering kali kita gunakan sebagai alat komunikasi dalam kehidupan sehari-hari.

Sebagai makhluk yang hidup di dalam masyarakat dan selalu melakukan interaksi dengan masyarakat lainnya tentu membutuhkan suatu alat komunikasi agar bisa saling memahami tentang suatu hal. Banyak hal salah satunya adalah tanda.

Sebagai contoh saat di jalan raya ketika ada *trafict light* menyala merah, maka secara keseluruhan pengguna jalan akan memahaminya dan berhenti. Begitu juga saat lampu hijau menyala, tanpa komando semua pengguna jalan akan bergerak. Ada juga tanda huruf "P" yang disilang maka orang-orang akan paham jika di area tersebut dilarang parkir.

Berangkat dari itu peneliti menyadari bahwa saat berkomunikasi manusia tak hanya bisa berkomunikasi melalui bahasa lisan dalam kata-kata, bahwa manusia bisa berkomunikasi melalui tanda atau simbol-simbol tertentu. Dan melalui tanda atau simbol-simbol tersebut manusia bisa menangkap makna yang terkandung di dalamnya.

2. Menentukan Tema

Setelah melalui banyak pertimbangan, pada akhirnya peneliti memilih label halal sebagai bahan penelitian. Peneliti mengambil tema "Analisis Semiotik Label Halal Sebagai Simbol Komunikasi Dakwah"

Label halal peneliti ambil karena keberadaannya memiliki banyak manfaat bagi konsumen muslim di Indonesia. Masyarakat muslim di Indonesia akan dengan mudah mendapatkan makanan yang halal, hanya dengan melihat ada tidaknya label halal pada kemasan makanan.

3. Menentukan Metode Penelitian

Mengingat tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui makna di balik label halal yang terdapat pada kemasan makanan, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan analisis

semiotik sebagai metode penelitian. Dalam hal ini peneliti menggunakan semiotik Ferdinand de Saussure.

D. Teknis Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang penting dalam metode ilmiah. Karena dengan analisis, data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.³⁵

Data-data yang diperoleh akan penulis teliti menggunakan analisis semiotik milik Ferdinand De Saussure. Kata semiotika sendiri berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang berarti tanda.³⁶ Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain.

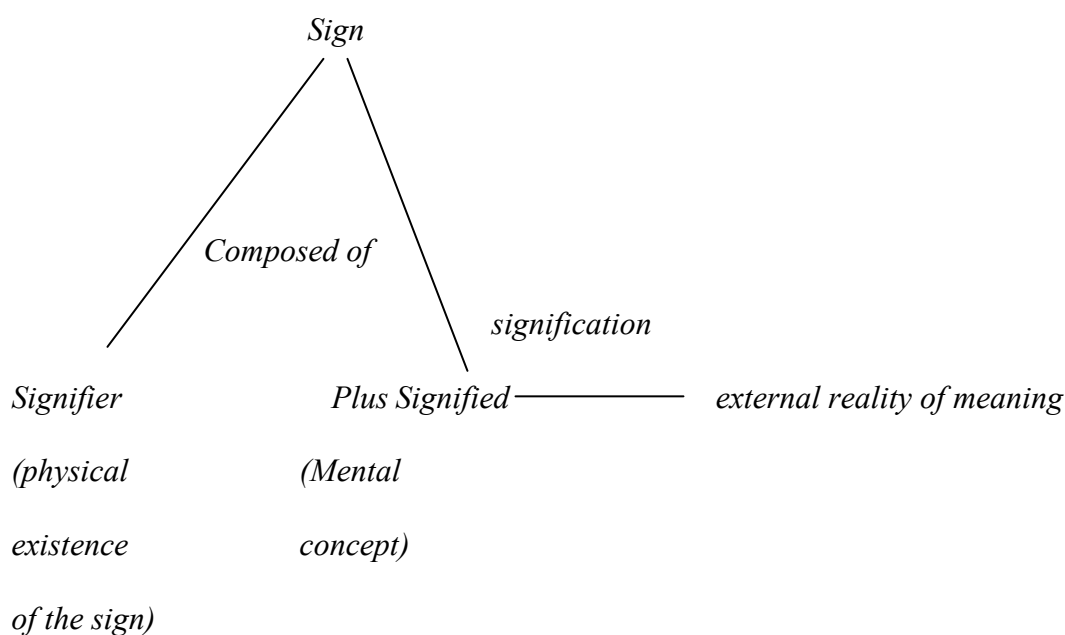
Selanjutnya tanda kebahasaan menurut Saussure bersifat arbitrar, atau semena-mena. Artinya tidak ada hubungan alami dari petanda dan penanda. Sebagai contoh tentang ini bahwa orang tidak dapat mengerti mengapa hewan yang selalu digunakan sebagai kendaraan tunggangan tersebut bernama „kuda“, atau orang Jawa katakan sebagai „jaran“. Tanda kebahasaan tersebut tidak dapat dipikirkan sebabnya, tetapi semua orang dapat mengerti bahwa itu „kuda“, atau „jaran“, tanpa harus memperdebatkannya. Inilah semena-mena yang lalu tersepakati tanpa kesepakatan formal.

³⁵ Marsi Singarimbun, *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta: LP3LS, 1989), hal.263

³⁶ Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2009), hal.

Pemikiran Saussure yang paling penting dalam konteks semiotik adalah pandangannya mengenai tanda. Saussure berpendapat bahwa elemen dasar bahasa adalah tanda-tanda linguistik atau tanda-tanda kebahasaan, yang biasa disebut juga „kata-kata“. Saussure meletakkan tanda dalam konteks komunikasi manusia dengan melakukan pemilahan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda).³⁷

Berikut adalah gambaran tanda yang terdiri atas *signifier* dan *signified*:



Dengan menggunakan semiotik milik Ferdinand de Saussure peneliti akan memilah-milah antara penanda (*signifier*) dan pertanda (*signified*). *Signifier* adalah bunyi yang bermakna atau coretan yang bermakna (aspek material) yakni apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau dibaca. *Signified* adalah gambaran

³⁷ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997), hal. 125

mental, yakni pikiran atau konsep aspek mental dari bahasa. Kedua unsur ini seperti dua sisi dari sekeping mata uang atau selembar kertas.

Walaupun penanda dan petanda tampak sebagai entitas yang terpisah namun keduanya hanya ada sebagai komponen dari tanda. Tandalah yang merupakan fakta dasar dari bahasa. Artinya kedua hal dari tanda itu tidak dapat dipisahkan.

Pada proses analisis data, peneliti akan mengklasifikasikan penanda (*signifier*) dan pertanda (*signified*) berdasarkan warna, teks ataupun gambar yang secara visual terdapat pada dua model grafis label halal yang sudah dijelaskan peneliti pada unit analisis

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Kehadiran semiotik saat ini memberi kita ruang untuk memaknai pesan dari sebuah tanda. Dalam kehidupan sehari-hari banyak hal dikomunikasikan melalui tanda-tanda, maka tidak salah kiranya jika tanda adalah basis dari komunikasi.

Dengan semiotik banyak tanda bisa kita ketahui maknanya. Tak hanya tanda dalam adegan film atau sinetron, atau kata-kata yang diucapkan oleh manusia, tapi tanda-tanda yang tercetak juga bisa kita ketahui maknanya melalui analisis yang ditawarkan oleh semiotik.

Begitu pula pada penelitian ini, peneliti menyajikan analisis semiotik milik Ferdinand de Saussure untuk menganalisis label halal yang terdapat pada kemasan makanan.

D. Deskripsi Objek Penelitian

1. Apa itu Label Halal?

Label halal adalah label yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI), yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syariat Islam yang terdapat di kemasan produk.

Untuk mencantumkan label halal pada kemasan produk, produsen harus mendapatkan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sertifikat Halal adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam.³⁸

Sertifikat ini berlaku untuk di seluruh dunia. Bahkan sistem sertifikasi halal MUI ini diakui sebagai sistem sertifikasi yang baik di mata dunia. Sertifikat ini hanya berlaku selama dua tahun, setelah itu produsen harus mengurus surat perpanjangannya.

Peraturan tentang sertifikasi halal ada dalam pasal 30 ayat 1 UU No. 7 Tahun 1966 tentang pangan disebutkan setiap orang yang memproduksi atau memasukkan ke dalam wilayah Indonesia makanan yang dikemas untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, atau dikemasan pangan.

Pada ayat 2 disebutkan Label, sebagaimana dimaksud pada ayat (1), memuat sekurang-kurangnya keterangan mengenai:

- a. Nama produk
- b. Daftar bahan yang digunakan
- c. Berat bersih atau isi bersih
- d. Nama dan alamat yang memproduksi atau memasukkan pangan ke dalam wilayah Indonesia
- e. Keterangan tentang halal

³⁸ www.tokoherbal.com, diakses pada 12 April 2010

f. Tanggal, bulan dan tahun kadaluarsa

Pada ayat 3 diatur selain keterangan sebagaimana dimaksud pada ayat (2), Pemerintah dapat menetapkan keterangan lain yang wajib atau dilarang untuk dicantumkan pada label makanan.

Bagi produsen yang telah mencantumkan label halal, namun ternyata tidak memiliki sertifikat halal.pada UU No 8 tahun 1999 pada pasal 8 ayat 1h disebutkan Pelaku usaha dilarang memproduksi dan atau memperdagangkan barang dan atau jasa yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan „halal“ yang dicantumkan pada label.

Sehingga jika terdapat produsen yang melanggar aturan tersebut maka dikenakan sanksi pidana sesuai dengan Pasal 62 yang menyatakan; (1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasa! 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Namun, jika produsen tidak mencantumkan label halal maka tidak terdapat sanksi yang melekat padanya.

Namun, keterangan kehalalan tentang produk ini tidak diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Republik Indonesia (RI) No 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan. Selain itu, meskipun telah ada

aturan namun belum ada kewajiban atau pun sanksi bagi produsen yang belum mencantumkan label halal pada produknya.

Menurut Ainul Yaqin, staff di LPPOM MUI Jatim, bahwasanya untuk pemasangan label halal produsen tidak mempunyai kewajiban untuk itu. Jadi, seorang produsen boleh saja tidak mencantumkan label halal pada kemasan produknya.

“MUI kan lembaga non pemerintah, jadi sifatnya independen, tidak ada aturan resmi yang mengaturnya, hanya saja kita punya kewenangan untuk mengurus sertifikasi halal,” katanya saat peneliti temui di kantor LPPOM MUI Jatim Jl. Darmahusada Selatan No. 5 Surabaya.

Sertifikasi halal sendiri mulai digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tahun 1989 dan mulai beroperasi tiga tahun sesudahnya yakni pada tahun 1991.

Secara grafis label halal memiliki beberapa model, untuk penggunaan warna pada label halal LPPOM MUI tidak mengeluarkan aturan khusus, hanya saja bagi perusahaan yang baru melakukan sertifikasi halal mereka akan mengarahkan untuk memakai label yang baru yaitu logo MUI dan tertera kata halal dalam bahasa arab.

Untuk masalah warna, mereka menyerahkan pada produsen tergantung dengan kontras kemasan. Tapi sebagai bahan analisis dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil dua model grafis yang terdapat dalam beberapa kemasan makanan.

Pertama, label halal pada kemasan Indomie dengan grafis yang berbentuk lingkaran putih bergaris tepi hitam, di bagian dalam lingkaran tersebut tertulis "Majelis Ulama Indonesia", lalu di dalam lingkaran tersebut ada lingkaran lain tapi berwarna hijau. Pada lingkaran yang berwarna hijau tersebut terdapat tulisan Majelis Ulama Indonesia dengan menggunakan huruf arab yang melingkar, dan dalamnya tertulis halal dengan huruf arab.

Label halal model pertama ini adalah versi baru grafis label halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI. Label ini mulai dipakai sejak tahun 2005.

Kedua, label halal pada kemasan bumbu penyedap rasa Masako dengan grafis bentuknya lebih simpel hanya ada lingkaran yang di dalam terdapat tulisan halal dalam huruf arab dan huruf latin, yang semuanya memiliki warna merah.

Untuk model yang ini merupakan model lama label halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI. Namun peneliti merasa perlu untuk menganalisis model kedua ini karena model yang kedua ini juga masih banyak ditemukan atau dipakai pada kemasan produk yang beredar.

Kedua model grafis tersebut akan dianalisis menggunakan semiotik Ferdinand de Saussure

2. Prosedur Sertifikasi Halal

Sebenarnya tidaklah sulit untuk melakukan sertifikasi halal asalkan semuanya mengikuti prosedur yang telah ditetapkan oleh LPPOM MUI.

Setiap produsen yang mengajukan sertifikasi halal bagi produknya, pertama-tama diharuskan mengisi formulir yang telah disediakan LPPOM-MUI. Ada tiga macam formulir yang dapat digunakan dalam pengajuan ini, masing-masing untuk makan dan minuman olahan, usaha restoran, dan hewan potong dengan ketentuan sebagai berikut

a. Industri Pengolahan

1. Produsen harus mendaftarkan seluruh produk yang diproduksi di lokasi yang sama dan atau yang memiliki merek atau brand yang sama
2. Produsen harus mendaftarkan seluruh lokasi produksi termasuk maklon dan pabrik pengemasan
3. Ketentuan untuk tempat maklon harus dilakukan di perusahaan yang sudah mempunyai produk bersertifikat halal atau yang bersedia disertifikasi halal

b. Restoran dan Katering

1. Restoran dan katering harus mendaftarkan seluruh menu yang dijual termasuk produk-produk titipan, kue ulang tahun serta menu musiman.
2. Restoran dan katering harus mendaftarkan seluruh gerai, dapur serta gudang

c. Rumah Potong Hewan

1. Produsen harus mendaftarkan seluruh tempat penyembelihan yang berada dalam satu perusahaan yang sama.

Selain mengisi formulir, produsen juga perlu melampirkan a. spesifikasi dan sertifikat Halal bahan baku, bahan tambahan dan bahan penolong serta bagan alir proses, b. Sertifikat Halal atau Surat Keterangan Halal dari MUI Daerah (produk lokal) atau Sertifikat Halal dari Lembaga Islam yang telah diakui oleh MUI (produk impor) untuk bahan yang berasal dari hewan dan turunannya, c. sistem Jaminan Halal yang diuraikan dalam panduan halal beserta prosedur baku pelaksanaannya.

Selanjutnya, Tim Auditor LPPOM MUI melakukan pemeriksaan audit ke lokasi produsen setelah formulir beserta lampiran-lampirannya dikembalikan ke LP POM MUI dan diperiksa kelengkapannya.

Hasil pemeriksaan audit dan hasil laboratorium dievaluasi dalam Rapat Tenaga Ahli LPPOM MUI. Jika telah memenuhi persyaratan, maka dibuat laporan hasil audit untuk diajukan kepada Sidang Komisi Fatwa MUI untuk diputuskan status kehalalannya.

Perlu diingat bahwa Sidang Komisi Fatwa MUI dapat menolak laporan hasil audit jika dianggap belum memenuhi semua persyaratan yang telah ditentukan, dan hasilnya akan disampaikan kepada produsen pemohon sertifikasi halal. Baru setelah ditetapkan status kehalalannya oleh Komisi Fatwa MUI barulah sertifikat halal dikeluarkan.

Setelah memperoleh sertifikat halal, perusahaan harus mengangkat Auditor Halal Internal sebagai bagian dari Sistem Jaminan Halal. Jika kemudian ada perubahan dalam penggunaan bahan baku, bahan tambahan atau bahan penolong pada prose produksinya, Auditor Halal Internal diwajibkan segera melaporkan untuk mendapat “ketikberatan penggunaannya” . Bila ada perubahan yang terkait dengan produk halal harus dikonsultasikan dengan LP POM MUI oleh Auditor Halal Internal.

Sertifikasi halal yang dikeluarkan hanya berlaku selama dua tahun dari tanggal penetapan fatwa. Kecuali, untuk daging yang diekspor Surat Keterangan Halal diberikan untuk setiap pengapalan.

Tiga bulan sebelum masa berlaku Sertifikat Halal berakhir,

produsen harus mengajukan perpanjangan sertifikat halal sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan LPPOM MUI.

Untuk menjaga kehalalan produk, LPPOM MUI juga melakukan sistem pengawasan, yang dilakukan dengan cara, Perusahaan wajib menandatangani perjanjian untuk menerima Tim Sidak LPPOM MUI. Perusahaan berkewajiban menyerahkan laporan audit internal setiap 6 (enam) bulan setelah terbitnya Sertifikat Halal.

3. Pentingnya Label Halal

Label halal pada kemasan pangan, kosmetika, obat-obat, dan produk lainnya dilakukan untuk memberikan kepastian status kehalalan suatu produk.

Hingga saat ini sekitar 75% perusahaan besar yang telah mengurus sertifikasi halal, sedangkan untuk perusahaan kecil hanya sekitar 25% saja yang sudah bersertifikasi halal. Seperti dikatakan staff dan auditor LPPOM MUI Jatim Ainul Yaqin, “Ada sekitar 75% perusahaan besar yang telah bersertifikat halal, sedangkan perusahaan kecil kebalikannya.”

Bayangkan saja saat kita berbelanja di swalayan atau market-market modern yang kebanyakan menjual barang siap pakai yang tidak mungkin kita mengetahui proses pembuatannya, lalu

tidak terdapat label halal nya pula. Pasti kita sebagai konsumen ragu untuk menggunakannya.

Produk yang memiliki label halal dapat dipastikan produk tidak mengandung babi atau produk-produk yang berasal dari babi serta tidak menggunakan alkohol sebagai *ingredient* yang sengaja ditambahkan. Daging yang digunakan berasal dari hewan halal yang disembelih menurut tata cara syariat Islam. Semua bentuk minuman yang tidak beralkohol.

Selain itu, Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengelolaan dan tempat transportasi tidak digunakan untuk babi atau barang tidak halal lainnya, tempat tersebut harus terlebih dahulu dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syari'at Islam.

Jadi, sudah jelas keuntungan dicantumkannya label halal bagi konsumen, terutama konsumen muslim. Menggunakan produk yang telah bersertifikat halal berarti keamanan dan ketenangan batin dalam mengkonsumsi dan menggunakan produk tersebut.

Konsumen mendapat kepastian dan jaminan bahwa produk tersebut tidak mengandung sesuatu yang tidak halal dan juga diproduksi dengan cara yang halal. Sertifikat halal memberikan keuntungan bagi semua konsumen, tidak hanya konsumen muslim saja, karena halal tidak saja berarti kandungannya halal namun juga diproses dengan cara yang beretika, sehat dan baik.

Tidak itu saja, pencantuman label halal adalah bentuk dari pemenuhan hak kepada konsumen yaitu konsumen berhak atas informasi tentang produk yang digunakannya.

Pencantuman label halal tak hanya memberi keuntungan bagi konsumen, tapi juga memberi keuntungan kepada produsen. Dengan label halal produsen dapat meningkatkan kepercayaan serta menunjukkan loyalitasnya kepada konsumen produknya. Selain itu juga, produk yang berlabel halal memiliki keunggulan yang kompetitif dibanding perusahaan pangan yang tidak berlabel halal.

Di Indonesia misalnya, mayoritas penduduknya adalah muslim sehingga pencantuman label halal sama halnya dengan memenuhi kebutuhan pasar yang mayoritas membutuhkan produk halal. Juga kebutuhan konsumen *non* muslim yang memilih untuk mengkonsumsi makanan yang halal.

Secara singkat, keuntungan memperoleh sertifikat halal adalah:³⁹

1. Kesempatan untuk meraih pasar pangan halal global yang diperkirakan sebanyak 1,4 milyar muslim dan jutaan non-muslim lainnya.
2. Sertifikasi Halal adalah jaminan yang dapat dipercaya untuk mendukung klaim pangan halal.

³⁹ www.halalguide.com, diakses 28 Juni 2010

3. 100% keuntungan dari market share yang lebih besar: tanpa kerugian dari pasar / klien non-muslim.
4. Meningkatkan *marketability* produk di pasar / negara muslim.
5. Investasi berbiaya murah dibandingkan dengan pertumbuhan *revenue* yang dapat dicapai.
6. Peningkatan citra produk.

E. Analisis Data

Pada bagian ini peneliti menjabarkan makna label halal dari model grafis yang dipilih oleh peneliti. Peneliti menganalisis makna dari label halal menggunakan analisis semiotik milik Ferdinand de Saussure.

Melalui teori semiotik Saussure, peneliti memilah antara penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). *Signifier* adalah aspek material dari bahasa, apa yang dikatakan atau didengar dan apa yang ditulis atau dibaca. Dapat dikatakan, *signifier* adalah “bunyi yang bermakna” atau “coretan yang bermakna”. Sedangkan *signified* adalah gambaran mental, pikiran, atau konsep.

Masing-masing dari model grafis label halal pada penelitian ini diuraikan oleh peneliti. Adapun elemen-elemen yang dianalisis yaitu tentang penggunaan warna yang digunakan, bagaimana bentuknya, huruf yang tertulis.

Setidaknya ada dua model grafis yang dianalisis oleh peneliti yang dideskripsikan sebagai berikut:

Pertama, label halal pada kemasan Indomie dengan grafis yang berbentuk lingkaran putih bergaris tepi hitam, di bagian dalam lingkaran tersebut tertulis "Majelis Ulama Indonesia", lalu di dalam lingkaran tersebut ada lingkaran lain tapi berwarna hijau. Pada lingkaran yang berwarna hijau tersebut terdapat tulisan Majelis Ulama Indonesia dengan menggunakan huruf arab yang melingkar, dan dalamnya tertulis halal dengan huruf arab dan huruf latin.

Kedua, label halal pada kemasan bumbu penyedap rasa Masako dengan grafis bentuknya lebih simpel hanya ada lingkaran yang di dalam terdapat tulisan halal dalam huruf arab dan huruf latin, yang semuanya memiliki warna merah.

1. Analisis Semiotik Grafis Label Halal Pada Kemasan Indomie

Gambar Label Halal Pada Kemasan Indomie

Gb.2



Peneliti akan memulai analisis dari garis hitam di lingkaran terluar. Menurut peneliti garis hitam tersebut menggambarkan sebuah ketegasan. Seperti yang dikatakan oleh wisnu indra kresna dalam blognya bahwa dalam banyak kebudayaan, hitam sering diasosiasikan sebagai hal buruk. Misalnya istilah *ilmu hitam* atau *gelap mata*. Namun ditemukan pula pengaruh positif dari penggunaan hitam seperti memperlihatkan ketegasan.⁴⁰

⁴⁰ <http://wisnuindrakresna.wordpress.com>, diakses pada 16 Juli 2010

Dalam artian segala sesuatu yang terdapat di dalamnya merupakan sesuatu yang telah disepakati dan mengandung aturan yang telah ditetapkan.

Berlanjut ke tulisan “Majelis Ulama Indonesia”, tulisan ini menunjukkan kredibilitas tentang siapa yang mengeluarkan aturan tersebut.

Kata “Mejelis” menunjukan sebuah tempat untuk berkumpul dari beragamnya Ormas Islam di Indonesia. Tak hanya berasal dari orang NU (Nahdlatul Ulama) atau Muhammadiyah saja.

Biasanya di Indonesia ada istilah mejelis taklim yang memiliki arti tempat orang-orang mencari ilmu dalam pengajian biasanya.

Atau istilah majelis dzikir yakni tempat orang-orang berkumpul untuk berdzikir. Dari dua istilah tersebut, kata majelis identik dengan tempat berkumpul-kumpul dalam kegiatan keagamaan umat islam.

Sedangkan kata “Ulama” memiliki pengertian orang-orang yang alim yakni orang-orang yang paham dalam ilmu agama. Kata “Indonesia” menunjukkan tempat di mana ulama tersebut berada yaitu berasal dari seluruh wilayah Indonesia, tak hanya dari satu daerah saja atau hanya dari satu Organisasi Islam saja.

Jadi, jika diartikan secara keseluruhan “Majelis Ulama Indonesia” akan membentuk pengertian tempat berkumpulnya orang-orang yang paham terhadap Agama islam dari seluruh wilayah Indonesia dengan beragamnya pandangan tentang keislaman

Bisa juga kata Indonesia menunjukkan di mana institusi tersebut bekerja. Aturan-aturan atau keputusan yang di keluarkan dari institusi tersebut memiliki kredibilitas yang tinggi. Sehingga, masyarakat Indonesia memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap fatwa-fatwa yang di keluarkan.

Jika kita amati pada label halal di atas, ada *background* warna putih di tulisan “Majelis Ulama Indonesia”. Warna putih menunjukkan warna yang suci dan bersih. Hal itu menunjukkan bahwa Majelis Ulama Indonesia dalam melaksanakan tugasnya bersih dari hal-hal yang negatif.

Bersifat independent tidak ada yang bisa memaksanya untuk mengeluarkan fatwa-fatwa yang tidak sesuai dengan ajaran islam. Tidak ada pihak manapun yang bisa mempengaruhi hasil fatwa yang di keluarkan. Jadi fatwa-fatwa yang di keluarkan murni berasal dari ketentuan hukum Islam, tidak ada intervensi dari manapun.

Berlanjut pada lingkaran yang berwarna hijau, warna hijau sangat identik dengan Islam. Warna hijau banyak digunakan manusia untuk melambangkan sesuatu yang berhubungan dengan Islam.

Seperti contohnya, warna-warna yang dipakai oleh bendera partai politik yang berbasis Islam di Indonesia kebanyakan berwarna hijau dan putih. Sebut saja ada Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), Partai Kebangkitan Nahdlatul Ulama (PKNU), Partai Persatuan Pembangunan (PPP), Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan lain sebagainya.

Selain itu, warna-warna hijau juga banyak dipakai sebagai lambang-lambang Negara Islam seperti bendera Negara Arab Saudi misalnya.

Warna hijau sangat identik dengan Islam kemungkinan terbesar karena ada hadits yang menyatakan bahwa warna yang paling disukai Nabi Muhammad adalah warna hijau dan putih.

Begitu pula pada label halal, warna hijau digunakan karena label halal merupakan sertifikasi makanan secara syariat Islam. Jadi sangat wajar jika menggunakan warna hijau. Penggunaan warna hijau juga dirasa sangat tepat selain alasan itu, warna hijau yang mencolok mata pada label halal sangat memungkinkan orang untuk memperhatikannya meskipun berukuran kecil.

Selanjutnya tulisan arab yang ada pada lingkaran hijau, jika diperhatikan tulisan tersebut terbaca “Majelis Ulama Indonesia”. Adanya tulisan tersebut semakin menegaskan bahwa label halal tersebut dikeluarkan oleh institusi yang mempunyai kapabilitas untuk mengeluarkannya.

Lalu mengapa tulisan tersebut ditulis dalam huruf arab, menurut hemat peneliti selama ini banyak masyarakat yang menganggap Islam adalah arab. Jadi segala sesuatu yang berhubungan dengan Islam dikait-kaitkan dengan arab, termasuk pada tulisan “Majelis Ulama Indonesia” pada label halal.

Selaras dengan yang dikatakan staff dan auditor LPPOM MUI Jatim, Ainul Yaqin. Yang dipakai untuk label halal merupakan logo MUI dan tertera halal dengan bahasa arab. “Kata-kata Majelis Ulama Indonesia memang dipakai dalam bahasa arab karena bahasa orang Islam kan bahasa arab, lalu kenapa ada juga dalam bahasa Indonesia itu karena kita ada di wilayah Indonesia,” paparnya.

Anggapan masyarakat bahwa Islam adalah arab tidak bisa lepas dari faktor sejarah yakni turunnya Agama Islam pertama kali adalah di Negara-negara Arab di daerah timur tengah.

Warna putih yang dipakai untuk tulisan arab “Majelis Ulama Indonesia” menunjukkan tidak adanya campur tangan dari pihak manapun dalam menentukan kehalalan suatu produk.

Berlanjut ke analisis selanjutnya, yaitu pada tulisan حلال yang terdapat di dalam tulisan arab “Majelis Ulama Indonesia” yang melingkar.

Tulisan حلال yang berada di dalam lingkaran tulisan arab “Majelis Ulama Indonesia” memiliki makna bahwa pernyataan tentang kehalalan suatu produk tersebut dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang dalam hal ini Majelis Ulama Indonesia, sehingga masyarakat dapat mempercayainya.

Warna hitam dipakai pada tulisan tersebut agar terlihat kontras dengan warna hijau sebagai *backgroundnya*. Meskipun kecil tapi jika menggunakan warna hitam akan jelas terlihat.

Kata حلال pada label halal pada kemasan produk makanan, merupakan jaminan bahwa makanan yang ada di dalam kemasan tersebut mengandung bahan-bahan penyusun yang halal sesuai dengan syariat Islam.

Seperti kita ketahui, sebagai mayoritas masyarakat muslim mempunyai aturan dalam hal makanan. Seorang muslim diharuskan memakan makanan yang halal dan baik seperti dalam firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 168:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ

الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya:

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Kata **حلال** pada label tersebut memiliki arti bahwa makanan tersebut terbebas dari sesuatu yang haram dari bentuk asalnya hingga cara pengolahannya. Dalam Al-Quran sendiri telah dijelaskan mengenai makanan yang haram yakni dalam surat Al- Ma'idah ayat 3:

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهِلَّ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ
وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى
النُّصَبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ذَٰلِكُمْ فِسْقٌ الْيَوْمَ يَئِسَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ
فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنَ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيتُ
لَكُمْ الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنْ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ

رَّحِيمٌ

Artinya:

Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Kucukupkan kepadamu ni`mat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu jadi agama bagimu. Maka barangsiapa terpaksa karena kelaparan tanpa

sengaja berbuat dosa, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

Agama Islam juga telah ada pengharaman tentang penggunaan alkohol yaitu dalam surat Al-Ma'idah ayat 90:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.

Berdasarkan Surat Al-Ma'idah ayat 90 peneliti mengartikan bahwa adanya label halal pada kemasan makanan bisa diartikan makanan tersebut aman dikonsumsi. Artinya makanan tersebut tidak mengandung zat-zat yang membahayakan tubuh seperti alkohol misalnya. Alkohol dalam tubuh manusia dapat merusak saraf-saraf dan menghilangkan akal manusia.

Dalam hadits riwayat Muslim juga dijelaskan tentang haramnya alkohol

كُلُّ مُسْكِرٍ خَمْرٌ وَكُلُّ خَمْرٍ حَرَامٌ (مسلم)

Artinya:

Semua yang memabukkan adalah arak, dan setiap arak adalah haram

Jadi kata **حلال** pada label halal mengandung makna bahwa makanan tersebut bebas dari alkohol.

Sedang dari surat Al- Ma'idah ayat 3, kata **حلال** pada label halal juga memiliki arti sesuai dengan syariat Islam. Lalu seperti apa makanan yang sesuai dengan syariat itu? *Pertama*, makanan itu tidak mengandung babi. Menurut ahli kesehatan, pada daging babi mengandung cacing pita yang dapat membahayakan kesehatan. Secara naluri manusia kita juga mengetahui pola hidup babi yang menjijikan. Keterangan tentang haramnya babi terdapat pada Surat Al-An'am ayat 145:

قُلْ لَّا أَجِدُ فِي مَا أُوحِيَ إِلَيَّ مُحَرَّمًا عَلَىٰ طَاعِمٍ يَطْعَمُهُ إِلَّا أَنْ يَكُونَ مَيْتَةً أَوْ دَمًا مَّسْفُوحًا أَوْ لَحْمَ خِنزِيرٍ فَإِنَّهُ رِجْسٌ أَوْ فِسْقًا أُهْلًا لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ ۚ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَإِنَّ رَبَّكَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿١٤٥﴾

Artinya:

Katakanlah: "Tiadalah aku peroleh dalam wahyu yang diwahyukan kepadaku, sesuatu yang diharamkan bagi orang yang hendak memakannya, kecuali kalau makanan itu bangkai, atau darah yang mengalir atau daging babi karena sesungguhnya semua itu kotor atau binatang yang disembelih atas nama selain Allah. Barangsiapa yang dalam keadaan terpaksa sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka sesungguhnya Tuhanmu Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.

Kedua, sesuai dengan syariat Islam tentang penyembelihannya jika makanan tersebut berasal dari daging hewan halal yang disembelih. Hewan tersebut tidak disembelih karena Allah, mati karena dicekik, mati karena dipukul, dan lain sebagainya.

Adapun beberapa syarat sempurnanya penyembelihan yaitu:⁴¹

1. Binatang tersebut harus disembelih atau ditusuk (*nahr*) dengan suatu alat yang tajam yang dapat mengalirkan darah dan mencabut nyawa binatang tersebut, baik alat itu berupa batu ataupun kayu
2. Penyembelihan atau penusukan (*nahr*) itu harus dilakukan di leher binatang, sedang kematian binatang tersebut sebagai akibat dari terputusnya urat nadi atau kerongkongannya. Penyembelihan yang paling sempurna ialah terputusnya kerongkongan, tenggorokan dan urat nadi.
3. Penyembelihan tersebut tidak diperuntukkan untuk berhalal tertentu.
4. Harus disebut nama Allah (membaca *Bismillah*) ketika menyembelih.

Selain kata *حلال*, juga terdapat kata halal yang ditulis dalam bahasa latin. Penulisan kata halal dalam bahasa latin dimaksudkan untuk konsumen yang tidak bisa membaca kata *حلال* dalam bahasa

⁴¹ Muhammad Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam (Terj.)*, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 2003, hal. 69

arab. Sehingga adanya tulisan halal dalam huruf latin dapat mempermudah pesan yang disampaikan.

Dari uraian di atas peneliti dapat menarik garis besar bahwa melalui label halal tersebut banyak makna yang terkandung tentang kehalalan suatu produk. Dari label halal bisa tahu bahwa makanan yang di dalam kemasan tersebut tidak mengandung daging babi, bebas alkohol dan cara penyembelihan sesuai dengan syariat Islam.

Melalui label halal juga konsumen muslim bisa menangkap pesan bahwa makanan tersebut layak dikonsumsi. Lalu jika dikaitkan antara pesan yang dibawa oleh label halal dengan ilmu dakwah, maka pesan yang di bawa oleh label halal bisa dikategorikan pesan dakwah yang membawa pesan mengenai halal dan haramnya sesuatu sesuai dengan syariat Islam.

Ada juga beberapa makna yang sesuai dengan ajaran Islam ditangkap oleh peneliti dari analisis di atas, peneliti menangkap makna bahwa label halal mengandung ajaran tentang kebersihan, hal itu bisa kita amati dari bebasnya makanan dari babi yang memiliki pola hidup kotor, begitu juga proses audit yang sangat menjaga mengenai proses pengolahannya.

Selain itu, dari label halal juga mengandung makna mengenai kesehatan, artinya untuk mencantumkan label halal produk makanan harus bebas dari alkohol yang dapat merusak saraf manusia dan juga bebas dari daging babi yang mengandung cacing pita.

Dan selain itu juga, pada label halal juga mengandung makna mengenai kepatuhan terhadap aturan-aturan Islam mengenai makanan yang halal dimakan dan cara penyembelihan hewan.

2. Analisis Semiotik Grafis Label Halal Pada Kemasan Masako

Gambar Label Halal Pada Kemasan Masako

Gb. 3



Analisis pada grafis label halal yang kedua ini akan peneliti mulai dari penggunaan warna merah yang dipakai secara keseluruhan. Warna merah biasanya dipakai untuk sesuatu yang perlu diperhatikan atau meminta perhatian lebih.

Sebagai contohnya, biasanya seorang guru memberi warna merah pada nilai siswanya yang dianggap kurang. Pemberian warna tersebut dimaksudkan agar si murid lebih memperhatikan nilai mata pelajaran tersebut.

Begitu pula dengan label halal model kedua ini, dimaksudkan agar dengan warna merah yang mencolok mata dapat menarik perhatian konsumen. Jadi, walaupun bentuk label halal kecil jika menggunakan warna yang mencolok seperti ini akan dapat terlihat jelas dan menarik konsumen untuk memperhatikannya. Selain itu warna merah akan tampak kontras jika digabungkan dengan warna kemasan Masako yang mayoritas berwarna kuning.

Penggunaan warna merah secara keseluruhan juga akan mempermudah konsumen untuk memahami maksud dari adanya label halal tanpa harus terpecah untuk memperhatikan warna-warna yang lain dan hanya butuh sekilas pandang saja.

Selanjutnya bentuk lingkaran di luar kata halal dalam bahasa arab dan latin, kalau kita amati mirip sebuah cap atau stempel. Jadi label halal model kedua ini, merupakan sebuah stempel atau cap yang dikeluarkan oleh sebuah institusi yang berwenang meskipun institusinya tidak disebutkan.

Lingkaran yang melingkari kata halal mengandung makna bahwa sesuatu yang dilingkari tersebut memiliki aturan-aturan yang membatasinya. Jadi tidak boleh senaknya saja menentukan apakah makanan ini halal atau tidak.

Bentuknya yang simpel dibanding label halal model pertama mempermudah konsumen untuk langsung memahami pesan dari label halal tersebut.

Kata **حلال** pada label halal pada kemasan produk makanan, merupakan jaminan bahwa makanan yang ada di dalam kemasan tersebut mengandung bahan-bahan penyusun yang halal sesuai dengan syariat Islam.

Seperti kita ketahui, sebagai mayoritas masyarakat muslim mempunyai aturan dalam hal makanan. Seorang muslim diharuskan memakan makanan yang halal dan baik seperti dalam firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 168:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya:

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Kata **حلال** pada label tersebut memiliki arti bahwa makanan tersebut terbebas dari sesuatu yang haram dari bentuk asalnya hingga cara pengolahannya. Dalam Al-Quran sendiri telah dijelaskan mengenai makanan yang haram yakni dalam surat Al-An'am ayat 145:

قُلْ لَا أَجِدُ فِي مَا أُوحِيَ إِلَيَّ مُحَرَّمًا عَلَىٰ طَاعِمٍ يَطْعَمُهُ إِلَّا أَنْ يَكُونَ مَيْتَةً أَوْ دَمًا مَّسْفُوحًا أَوْ لَحْمَ خِنزِيرٍ فَإِنَّهُ رِجْسٌ أَوْ فِسْقًا أُهِلَّ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ ۚ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَإِنَّ رَبَّكَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿١٤٥﴾

Artinya:

Katakanlah: "Tiadalah aku peroleh dalam wahyu yang diwahyukan kepadaku, sesuatu yang diharamkan bagi orang yang hendak memakannya, kecuali kalau makanan itu bangkai, atau darah yang mengalir atau daging babi karena sesungguhnya semua itu kotor atau binatang yang disembelih atas nama selain Allah. Barangsiapa yang dalam keadaan terpaksa sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka sesungguhnya Tuhanmu Maha Pengampun lagi Maha Penyayang."

Dalam Islam juga telah ada pengharaman tentang penggunaan alkohol yaitu dalam surat Al-Ma'idah ayat 90:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْحَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَمُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.

Dari surat Al-Ma'īdah ayat 90 peneliti mengartikan bahwa adanya label halal pada kemasan makanan bisa diartikan makanan tersebut aman dikonsumsi. Artinya makanan tersebut tidak mengandung zat-zat yang membahayakan tubuh seperti alkohol misalnya. Alkohol dalam tubuh manusia dapat merusak saraf-saraf dan menghilangkan akal manusia.

Dalam hadits riwayat Muslim juga dijelaskan tentang haramnya alkohol

كُلُّ مُسْكِرٍ خَمْرٌ وَكُلُّ خَمْرٍ حَرَامٌ (مسلم)

Artinya:

Semua yang memabukkan adalah arak, dan setiap arak adalah haram

Jadi kata حلال pada label halal mengandung makna bahwa makanan tersebut bebas dari alkohol.

Sedang dari surat Al- An'am ayat 145, kata حلال pada label halal juga memiliki arti sesuai dengan syariat Islam. Lalu seperti apa makanan yang sesuai dengan syariat itu? *Pertama*, makanan itu tidak mengandung babi. Menurut ahli kesehatan, pada daging babi mengandung cacing pita yang dapat membahayakan kesehatan. Secara naluri manusia kita juga mengetahui pola hidup babi yang menjijikan.

Keterangan tentang haramnya babi terdapat pada Surat Al-Baqarah ayat 172-173:

وَلَا تَطْرُدِ الَّذِينَ يَدْعُونَ رَبَّهُمْ بِالْغَدَاةِ وَالْعَشِيِّ يُرِيدُونَ وَجْهَهُ ۗ مَا عَلَيْكَ مِنْ حِسَابِهِمْ مِنْ شَيْءٍ وَمَا مِنْ حِسَابِكَ عَلَيْهِمْ مِنْ شَيْءٍ فَتَطْرُدَهُمْ فَتَكُونَ مِنَ الظَّالِمِينَ ﴿١٧٢﴾ وَكَذَلِكَ فَتَنَّا بَعْضَهُمْ بِبَعْضٍ لِيَقُولُوا أَهَؤُلَاءِ مَنَّ اللَّهُ عَلَيْهِمْ مِنْ بَيْنِنَا أَلَيْسَ اللَّهُ بِأَعْلَمَ بِالشَّاكِرِينَ ﴿١٧٣﴾

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar hanya kepada-Nya kamu menyembah. Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang ia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang

Kedua, sesuai dengan syariat Islam tentang penyembelihannya jika makanan tersebut berasal dari daging hewan halal yang disembelih. Adapun beberapa syarat sempurnanya penyembelihan yaitu:⁴²

1. Binatang tersebut harus disembelih atau ditusuk (*nahr*) dengan suatu alat yang tajam yang dapat mengalirkan darah dan

⁴² Muhammad Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam (Terj.)*, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 2003, hal. 69

mencabut nyawa binatang tersebut, baik alat itu berupa batu ataupun kayu

2. Penyembelihan atau penusukan (*nahr*) itu harus dilakukan di leher binatang, sedang kematian binatang tersebut sebagai akibat dari terputusnya urat nadi atau kerongkongannya. Penyembelihan yang paling sempurna ialah terputusnya kerongkongan, tenggorokan dan urat nadi.
3. Penyembelihan tersebut tidak diperuntukkan untuk berhalal tertentu.
4. Harus disebut nama Allah (membaca *Bismillah*) ketika menyembelih.

Selain kata *حلال* , juga terdapat kata halal yang ditulis dalam bahasa latin. Penulisan kata halal dalam bahasa latin dimaksudkan untuk konsumen yang tidak bisa membaca kata *حلال* dalam bahasa arab. Sehingga adanya tulisan halal dalam huruf latin dapat mempermudah pesan yang disampaikan.

Dari uraian di atas peneliti dapat menarik garis besar bahwa melalui label halal tersebut banyak makna yang terkandung tentang kehalalan suatu produk. Dari label halal bisa tahu bahwa makanan yang di dalam kemasan tersebut tidak mengandung daging babi, bebas alkohol dan cara penyembelihan sesuai dengan syariat Islam.

Melalui label halal juga konsumen muslim bisa menangkap pesan bahwa makanan tersebut layak dikonsumsi. Lalu jika dikaitkan

antara pesan yang dibawa oleh label halal dengan ilmu dakwah, maka pesan yang di bawa oleh label halal bisa dikategorikan pesan dakwah yang membawa pesan mengenai halal dan haramnya sesuatu sesuai dengan syariat Islam.

Ada juga beberapa makna yang sesuai dengan ajaran Islam ditangkap oleh peneliti dari analisis di atas, peneliti menangkap makna bahwa label halal mengandung ajaran tentang kebersihan, hal itu bisa kita amati dari bebasnya makanan dari babi yang memiliki pola hidup kotor, begitu juga proses audit yang sangat menjaga mengenai proses pengolahannya.

Selain itu, dari label halal juga mengandung makna mengenai kesehatan, artinya untuk mencantumkan label halal produk makanan harus bebas dari alkohol yang dapat merusak saraf manusia dan juga bebas dari daging babi yang mengandung cacing pita.

Dan selain itu juga, pada label halal juga mengandung makna mengenai kepatuhan terhadap aturan-aturan Islam mengenai makanan yang halal dimakan dan cara penyembelihan hewan.

F. Pembahasan

Pada bagian ini peneliti hendak mendiskusikan mengenai label halal sebagai simbol komunikasi dakwah. Dari analisis di atas kita semua bisa menangkap pesan tentang kehalalan sebuah produk makanan. Selain itu kita juga bisa menangkap ajaran Islam yang

lainnya yaitu ajaran mengenai kebersihan, menjaga kesehatan dan juga kepatuhan terhadap aturan-aturan Islam mengenai makanan.

Jika dilihat dari sudut tersebut sangat jelas, bahwa LPPOM MUI menyertakan pesan-pesan ajaran Islam pada label halal pada kemasan makanan pada konsumen khususnya konsumen muslim. Sehingga hal tersebut bisa dikatakan sebagai komunikasi dakwah.

Namun, jika kita kaitkan dengan produk yang mencantumkan label halal, seperti Indomie dan Masako dalam penelitian ini peneliti beranggapan bahwa pencantuman label halal bukan lagi mengandung makna seperti yang peneliti paparkan di atas.

Peneliti menangkap adanya motif ekonomi di balik pencantuman label halal. Seperti kita ketahui di Indonesia mayoritas penduduknya adalah muslim. Tentunya hal tersebut menjadi pasar potensial yang hendak dituju oleh produsen. Adanya label halal merupakan bahasa produsen untuk mendekati pasar potensial tersebut.

Selain itu dengan label halal produsen hendak meningkatkan *trustment* masyarakat muslim. Produsen menunjukkan kepeduliannya pada masyarakat muslim dengan menyediakan makanan yang telah bersertifikasi halal.

Tapi kita semua juga tidak bisa menyalahkan hal tersebut karena mungkin itu merupakan efek positif dari pencantuman label halal saja. Yang perlu kita tetap cermati bahwa komunikasi dakwah

tetap berjalan dari LPPOM MUI kepada konsumen khususnya konsumen muslim dan juga kepada produsen yang melakukan sertifikasi halal.

Untuk komunikasi dakwah kepada konsumen telah panjang lebar peneliti paparkan di atas. Lalu bagaimana bentuk komunikasi dakwah LPPOM MUI kepada produsen yang tak semuanya muslim, berikut peneliti akan paparkan.

Bentuk komunikasi dakwah antara LPPOM MUI dengan produsen non muslim berupa pengenalan dan pembiasaan LPPOM MUI terhadap syariat-syariat Islam mengenai makanan. Saat sertifikasi halal mereka diharuskan memenuhi standart kehalalan yang sesuai dengan aturan-aturan Islam. Mau tidak mau seorang produsen harus mengikuti aturan-aturan LPPOM MUI jika ia ingin memperoleh sertifikat halal. Secara tidak langsung mereka melaksanakan aturan-aturan Islam mengenai standart kehalalan makanan, walaupun kadang produsen tersebut tidak beragama Islam.

Dengan kata lain saat proses sertifikasi halal pihak LPPOM MUI mensosialisasikan ajaran Islam yang mungkin produsen sendiri tidak menyadarinya.

Jika dilihat dari sudut ilmu dakwah kehadiran label halal pada kemasan makanan, menurut penlitu adalah sebuah bentuk dakwah *bil qalam*. Seperti dikatakan oleh Moh. Ali Aziz, dalam bukunya yang berjudul ilmu dakwah, bahwa dakwah *bil qalam* sebagai metode

dakwah dengan karya tulis. Karya tulis yang dimaksud tidak hanya melahirkan tulisan, tapi juga gambar.⁴³

Label halal membawa pesan tentang ajaran-ajaran Islam kepada konsumen atau masyarakat luas. Selain itu, menurut peneliti kehadiran label halal juga merupakan dakwah *bi ahsan al amal* atau dakwah *bil haal* yakni sebuah metode dakwah yang berpijak pada aktivitas badan atau perbuatan.

Peneliti berpendapat demikian karena saat proses sertifikasi halal, produsen yang tak semuanya muslim dikenalkan secara langsung tentang kriteria-kriteria atau cara pengolahan makanan yang halal oleh LPPOM MUI. Para produsen pastinya akan mengetahui bagaimana makanan yang halal dan yang menyebabkan haramnya makanan. Dan itu semua juga bagian dari ajaran-ajaran Islam.

Begitu juga jika dilihat dari pesan yang dibawa oleh label halal menunjukkan adanya komunikasi dakwah. Dari hasil analisis peneliti, label halal membawa ajaran-ajaran Islam yang terdapat pada Al Quran dan juga Hadits. Kita semua pastinya tahu bahwa Al Quran dan Hadits adalah keduanya merupakan pokok ajaran Islam yang menjadi sumber utama pesan dakwah. Pesan yang dibawa oleh label halal, masuk dalam klasifikasi pesan syariah yakni mengenai hukum halal atau haramnya makanan.

⁴³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 377

Demikian pula jika peneliti dari sudut pandang sasaran dakwahnya. Menurut ilmu dakwah yang menjadi secara teologis sasaran dakwah atau *mad'u* tidak hanya umat Islam, melainkan manusia secara keseluruhan termasuk orang *non muslim*. Label halal membawa pesan tidak hanya pada konsumen muslim saja, tapi konsumen secara keseluruhan. Itu artinya keberadaan label halal mencoba mengkomunikasikan ajaran-ajaran Islam kepada semua orang dan dapat dikatakan sebagai bentuk komunikasi dakwah.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Setelah peneliti menganalisis label halal menggunakan analisis semiotik Ferdinand de Saussure, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Label halal merupakan pesan dakwah yang disampaikan melalui sebuah simbol. Peneliti beranggapan demikian karena pesan dakwah merupakan sebuah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Dan label halal memiliki makna seperti itu. Label halal mengandung pesan-pesan ajaran-ajaran Islam. Melalui label halal terjadi transfer pemahaman mengenai kehalalan suatu produk antara LPPOM MUI dan konsumen, sehingga hal tersebut bisa disimpulkan sebagai sebuah bentuk komunikasi. Label halal juga menjadi sebuah bentuk sosialisasi aturan-aturan Islam mengenai makanan pada produsen yang *non* muslim. Kalau sebuah komunikasi yang pesan-pesannya mengandung ajaran-ajaran tentang Islam, itulah yang disebut sebuah komunikasi dakwah. Jadi jelaslah bahwa label halal merupakan simbol komunikasi dakwah.
2. Melalui analisis semiotik Ferdinand de Saussure peneliti menemukan di balik label halal pada kemasan makanan mengandung makna bahwa makanan yang ada di dalamnya aman dikonsumsi dan sesuai dengan syariat islam. Bahwa di balik label halal tersebut mengandung nilai-nilai

halal dan haram tentang makanan, yang telah ditunjukkan juga oleh ayat-ayat Al-Qur'an. Dari label halal ada pesan yang bisa ditangkap oleh konsumen bahwa makanan yang di dalamnya halal untuk dimakan. Selain itu, di balik label halal juga mengandung ajaran mengenai kebersihan, kesehatan dan kepatuhan terhadap aturan-aturan Islam.

B. Saran

Pada bagian ini peneliti akan memberikan beberapa saran:

1. Hendaknya sistem sertifikasi halal memiliki sebuah ketentuan hukum yang jelas tentang pencantumannya, sehingga konsumen khususnya konsumen muslim mendapatkan haknya mengenai informasi produk yang dibelinya.
2. Penyeragaman mengenai label halal versi baru yang terdapat logo MUInya perlu dilakukan, agar menumbuhkan kepercayaan masyarakat mengenai lembaga yang mengeluarkan label halal tersebut.
3. Adanya label halal yang merupakan simbol komunikasi dakwah agaknya bisa menjadi contoh bentuk komunikasi dakwah yang lebih mengena dan beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Agama, Departemen R. I., *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Depag R. I, 1984
- AS, Enjang, dan Aliyudin, *Dasar-dasar Ilmu dakwah*, Bandung: Widya Pandjajaran, 2009
- Aziz , Moh. Ali, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2009
- Effendi, Onong Uchana, *Dinamika Komuikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993
- Ilaihi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010
- Mulyana , Deddy, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000
- Moleong, Lexy, J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002
- Penyusun, Tim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005
- Prihananto, *Padatan Materi Kuliah Komunikasi Lintas Budaya*, 2007
- Qardhawi, Muhammad Yusuf, *Halal dan Haram dalam Islam (Terj.)*, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 2003
- Sendjaja , S. Djuarsa, *Teori Komunikasi*, Jakarta: Universitas Terbuka, 1994
- Singarimbun, Marsi, *Metode Penelitian Survay*, Jakarta: LP3LS, 1989
- Sobur, Alex, *Analisis Teks Media* , Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997
- Sobur , Alex, *Semiotika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003
- Suparta, Munzier, *Metode Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2009

Syukir, Asmuni, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-ikhlas, 1983

Tasmara, Toto, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997

Tinarbuko, Sumbo, *Semiotika Komunikasi Visual*, Yogyakarta: Jalasutra, 2009

Widjaja, H. A. W., *Komunikasi (komunikasi dan hubungan masyarakat)*, Jakarta:

Bumi Aksara, 2008

Zuhri, Syaifuddin, *Perilaku Konsumen (Hand Out)*, 2008

<http://wisnuindrakresna.wordpress.com>, diakses pada 16 Juli 2010

www.halalguide.com, diakses 28 Juli 2010

www.tokoherbal.com, diakses pada 12 April 2010