

Published: April 2024

ANALISIS MAKNA BAHASA SLOGAN “UNTUK ISLAM YANG SATU” PADA RADIO SILATURAHIM TEORI SEMIOTIK ROLAND BARTHES

Edo Muhammad Abdillah

Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Fatah
Email: edomabdillah@gmail.com

ABSTRAK

Radio termasuk salah satu media komunikasi massa yang memiliki kemampuan penetrasi dan informasi yang disalurkan melalui radio memiliki pengaruh yang kuat terhadap komunikannya. Dan dampaknya dirasakan oleh masyarakat Indonesia sebagai penduduk Muslim terbanyak di dunia dengan total ada sekitar 231 juta penduduk. Radio Silaturahmi AM 720 sebagai Radio Dakwah memiliki slogan “Untuk Islam Yang Satu” menarik untuk diteliti. Sebab pada masa ini Islam dilanda propaganda, adu domba, dan perpecahan baik perihal perbedaan faham, kepentingan politik dan lainnya sehingga gagasan soal persatuan dirasa penting untuk difahami. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Makna Bahasa Slogan “Untuk Islam Yang Satu” Pada Radio Silaturahmi guna mengetahui makna Bahasa apa yang terkandung pada slogan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode analisis Semiotik Roland pendekatan kualitatif melalui gagasan tentang signifikasi dua tahapnya, yaitu mencakup: penanda, petanda, konotasi, denotasi dan mitos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara Denotatif: slogan ini mengacu pada ide menyatukan umat islam, secara Konotatif; mencerminkan aspirasi untuk persatuan umat Islam, dan secara Mitos: Slogan ini membawa makna bahwa keberagaman Islam harus diabaikan demi mencapai persatuan. Berdasarkan hasil penelitian ini, bahwa slogan “Untuk Islam Yang Satu” pada Radio Silaturahmi cenderung menekankan pentingnya persatuan dalam agama Islam sebagai prinsip dalam menjaga keutuhan agama dan kebaikan umat.

Kata Kunci: *Analisis semiotik, Makna bahasa, Radio Silaturahmi, Roland Barthes, Slogan.*

ABSTRACT

Radio is one of the mass communication media that has the ability to penetrate and the information that is channeled through radio has a strong influence on its communication. And the impact is felt by the people of Indonesia as the largest Muslim population in the world with a total of around 231 million people. Radio Silaturahmi AM 720 as Da'wah Radio has the slogan " For United Islam" which is interesting to study. Because at this time Islam was hit by propaganda, pitting one against the other, and divisions both regarding differences in views, political interests and others so that the idea of unity was felt to be important to understand. Therefore, this study aims to find out the meaning of the language of the slogan "For United Islam" on Silaturahmi Radio in order to find out what language the slogan means. This study uses Roland's Semiotic analysis method with a qualitative approach through the idea of two-stage significance, which includes: signifier, signified, connotation, denotation and myth. The results of the study show that denotatively: this slogan refers to the idea of uniting the Islamic Ummah, connotatively; reflects the aspiration for Muslim unity, and mythologically: This slogan conveys the meaning that Islamic diversity must be ignored in order to achieve unity. Based on the results of this study, the slogan "For United Islam" on Radio Silaturahmi tends to emphasize the importance of unity in Islam as a principle in maintaining religious integrity and the good of the ummah.

Keywords: *Language meaning, Radio Gathering, Roland Barthes, Semiotic analysis, Slogan.*

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan salah satu kegiatan yang sudah ada semenjak manusia hadir di muka bumi. Hubungan antar manusia terus berkesinambungan karena adanya komunikasi. Komunikasi adalah alat untuk berinteraksi antar manusia demi memenuhi berbagai kebutuhan hidup dan mempertahankan kehidupannya. Pada komunikasi terdapat pesan yang akan ditunjukkan kepada komunikannya. Pesan dapat berupa bahasa. Bahasa sebagai alat komunikasi, memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia karena dengan bahasa manusia dapat berinteraksi dan berbicara mengenai apa saja. Bahasa sebagai alat menyampaikan pikiran, gagasan, konsep ataupun perasaan. Dalam ilmu dan teknologi bahasa berfungsi sebagai sasaran untuk berkomunikasi.

Salah satu bentuk komunikasi yang menarik yakni komunikasi massa sangat berpengaruh pada perkembangan masyarakat, dimana komunikasi dilakukan oleh media massa. Media massa menjadi sebuah media informasi yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan masyarakat sosial dalam mendapatkan berbagai informasi. Dalam hal ini media massa memiliki peran penting dalam perkembangan dan kemajuan pola pikir serta cara pandang dalam kehidupan masyarakat. Denis Mc Quail mengungkapkan bahwa media massa merupakan sebagai alat control, manajemen, dan inovasi bagi masyarakat yang dapat digunakan untuk pengganti kekuatan lainnya. Tidak bisa dielakkan lagi bahwa media massa menjadi bagian yang sangat berperan penting bagi masyarakat sosial yang sangat erat kaitannya dengan informasi.¹

Dari berbagai media massa yang muncul pada zaman modern ini, Radio termasuk salah satu media komunikasi massa yang memiliki kemampuan penetrasi kuat terhadap pasar maupun konsumennya. Dibandingkan dengan media elektronik lainnya, radio termasuk murah, mudah dioperasikan, memiliki keunggulan aktualitas yang tinggi dan memiliki daya tarik auditif yang memikat pendengar. Karena itu informasi yang disalurkan melalui radio memiliki pengaruh yang kuat terhadap komunikannya. Kemudian, media massa termasuk radio memiliki slogan sebagai alat *branding* dan promosi ke khalayak dengan tujuan meraup dan menyortir audiensnya sendiri.

Slogan sendiri adalah sebuah frase, kata-kata, kalimat atau motto yang digunakan individu maupun kelompok dalam berbagai macam konteks seperti politik, komersial, agama, pendidikan, lingkungan dan lain sebagainya sebagai ekspresi sebuah ide dan tujuan yang mudah diingat. Perlu diketahui bersama bahwa kata "slogan" berasal dari kata "*sluagh-ghairm*" (bahasa Gaelik) yang artinya teriakan bertempur.

¹ Tomi Hendra, "Media Massa dalam Komunikasi Pembangunan" *Jurnal At-Taghyir : Jurnal Dakwah dan Pengembangan Masyarakat Desa (online)*, Volume 1 Nomor 2 Juni 2019, hal. 136-152, <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/taghyir/article/view/1723>, diakses 7 November 2022.

Setiap slogan memiliki makna yang tersurat atau tersirat entah itu disengaja maupun tidak, makna tersebut akan diartikan sesuai dengan tingkat pemahaman orang yang membacanya yang oleh karena itu biasanya slogan akan dibuat dari kata atau kalimat yang arti dan maknanya dipahami banyak orang. Contoh “Sekali Di Udara Tetap Di Udara”, “*Playing What We Want*”, “Indonesia No.1 *Hits Music Station*” dan masih banyak lagi.

Makna ada dalam diri manusia, kata DeVito. Menurutnya makna tidak terletak pada kata-kata melainkan manusia. Tetapi, kata-kata ini tidak secara sempurna dan lengkap menggambarkan makna yang dimaksudkan.² Makna, sebagai penghubung bahasa dengan dunia luar sesuai dengan kesepakatan para pemakainya sehingga dapat saling dimengerti.

Maka dalam hal ini peneliti ingin meneliti makna bahasa pada Slogan salah satu Radio Dakwah di daerah Cibubur, Bekasi. Yakni Radio Silaturahmi AM 720. Radio Dakwah yang berslogan “Untuk Islam Yang Satu” ini menarik untuk diteliti Sebab pesan makna bahasa yang terkandung dalam slogan ini memiliki dampak terhadap realitas bagi Ummat Islam terkhusus masyarakat Indonesia. Melansir dari data World Population Review tahun 2021, Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk Muslim terbanyak di dunia. Total ada sekitar 231 juta penduduk di Indonesia yang memeluk agama Islam³. pada masa ini di Indonesia maupun dunia, Islam dilanda propaganda, adu domba, dan perpecahan baik perihal perbedaan faham maupun kepentingan politik sehingga tidak sesuai dengan perintah Allah SWT dan contoh Nabi Muhammad SAW yang sedari dulu fitrahnya Bersatu dan berjamaah untuk mencapai islam yang *rahmatan lil alamin*. Seperti dalam Surat Asy-Syura Ayat 13 berikut :

² Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis dan Framing*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009, hal. 20.

³ Aulia Mutiara Hatia Putri, Negara Dengan Umat Muslim Terbanyak Dunia, RI Nomor Berapa?, "dalam <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230328043319-128-424953/negara-dengan-umat-muslim-terbanyak-dunia-ri-nomor-berapa#:~:text=Melansir%20dari%20data%20World%20Population,Indonesia%20yang%20meme-luk%20agama%20Islam>, diakses 14 juni 2023.

شَرَعَ لَكُمْ مِنَ الدِّينِ مَا وَصَّىٰ بِهِ نُوحًا وَالَّذِي أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ وَمَا وَصَّيْنَا بِهِ إِبْرَاهِيمَ وَمُوسَىٰ وَعِيسَىٰ أَنْ أَقِيمُوا
الدِّينَ وَلَا تَتَفَرَّقُوا فِيهِ ۚ كَبُرَ عَلَى الْمُشْرِكِينَ مَا تَدْعُوهُمْ إِلَيْهِ ۗ اللَّهُ يَجْتَبِي إِلَيْهِ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي إِلَيْهِ مَنْ يُنِيبُ ﴿١٣﴾

Artinya : “Dia (Allah) telah mensyari’atkan bagi kamu tentang agama apa yang telah diwasiatkan-Nya kepada Nuh dan apa yang telah Kami wahyukan kepadamu dan apa yang telah Kami wasiatkan kepada Ibrahim, Musa dan Isa yaitu: Tegakkanlah agama dan janganlah kamu berpecah belah tentangnya. Amat berat bagi orang-orang musyrik agama yang kamu seru mereka kepadanya. Allah menarik kepada agama itu orang yang dikehendaki-Nya dan memberi petunjuk kepada (agama)-Nya orang yang kembali (kepada-Nya).”

Dari rentetan penjelasan tersebut dan berdasarkan fakta yang ada ditemukan, peneliti tertarik untuk menganalisis makna bahasa slogan “Untuk Islam Yang Satu” pada Radio Silaturahmi. Dengan menggunakan analisis semiotika Model Roland Barthes.r

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan interpretatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk verbal, dan dianalisis tanpa menggunakan teknik statistik⁴. Sedangkan menurut Sugiyono, “metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan data dengan

⁴ Sangadji, E.M., & Sopiha. 2016. *Perilaku konsumen: pendekatan praktis disertai: himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi, hal 26.

triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi”.⁵

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis semiotik Roland Barthes dapat digunakan untuk menganalisis slogan "Untuk Islam yang Satu". Barthes adalah seorang ahli semiotik Prancis yang menganggap bahasa dan tanda sebagai representasi budaya yang kompleks. Pendekatan semiotiknya mengungkapkan bagaimana tanda-tanda menciptakan makna dan mempengaruhi persepsi kita terhadap dunia.

Analisis Roland Barthes mengenai teks dan slogan didasarkan pada pandangannya tentang bahasa sebagai sistem simbolik yang memengaruhi cara kita memahami dunia. Ia menganggap teks sebagai entitas budaya yang kompleks yang dapat dipecah menjadi unit-unit yang lebih kecil untuk dipelajari dan dianalisis.

Bagi Barthes, teks mengacu pada segala hal yang dapat diinterpretasikan secara linguistik, termasuk tulisan, pidato, film, gambar, dan lain sebagainya. Ia berpendapat bahwa teks tidak memiliki makna yang tetap dan universal, tetapi selalu terbuka untuk penafsiran yang beragam dan bergantung pada konteks dan budaya pembacanya.

Barthes juga memperhatikan struktur internal teks, seperti hubungan antara bagian-bagian teks dan peran yang dimainkan oleh bahasa, narasi, dan aspek-aspek lainnya dalam membentuk makna.

Dalam konteks slogan, Barthes melihatnya sebagai bentuk teks yang sangat singkat dan padat, yang digunakan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang mengesankan dan mengingat. Ia berpendapat bahwa slogan adalah bentuk komunikasi yang sangat terkondensasi, yang berusaha untuk menyampaikan ide atau nilai dalam waktu yang singkat dan ruang yang terbatas.

Barthes memandang slogan sebagai tanda-tanda budaya yang membawa makna tertentu, namun makna ini bisa bervariasi dan bergantung pada penafsiran individu

⁵ Sugiyono. 2012. *Metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. hal 15.

dan konteks sosial yang lebih luas. Ia juga memperhatikan unsur-unsur retorik dalam slogan, seperti penggunaan gaya bahasa, repetisi, dan manipulasi emosi, yang bertujuan untuk mempengaruhi dan membujuk pembaca.

Bidang kajian semiotik atau semiologi adalah mempelajari fungsi tanda dalam teks, yaitu bagaimana memahami sistem tanda yang ada dalam teks yang berperan membimbing pembacanya agar bisa menangkap pesan yang terkandung di dalamnya. Dengan ungkapan lain, semiologi berperan untuk melakukan interogasi terhadap kode-kode yang dipasang oleh penulis agar pembaca bisa memasuki bilik-bilik makna yang tersimpan dalam sebuah teks.⁶

Dalam analisis semiotiknya, Barthes menekankan bahwa makna dalam teks dan slogan tidak bersifat tetap, tetapi bergantung pada tindakan interpretatif pembaca. Teks dan slogan mengandung pola-pola simbolik yang dapat dipelajari dan dianalisis untuk memahami bagaimana budaya dan ideologi tertentu tercermin dalam bahasa dan komunikasi.

Dalam analisis semiotik, ada tiga komponen penting : tanda, signifikasi (signification), dan signifikansi (significance). Tanda terdiri dari "signifier" (penandanya) dan "signified" (yang diartikulasikan oleh penandanya). Berikut adalah penjelasan rinci tentang konsep tersebut dalam konteks analisis makna bahasa slogan tersebut artinya

1. Stiker dan banner

Tabel 4.2 Stiker dan Banner

Penanda (signifier)	Signified (Petanda)
----------------------------	----------------------------

⁶ Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis dan Framing*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya 2004, hal. 106.



Gambar 4.2 Slogan pada Banner



Gambar 4.3 Slogan pada Stiker



Gambar 4.4 Slogan pada Stiker



Slogan ini mengimplikasikan adanya tujuan atau dedikasi terhadap agama Islam yang memiliki kesatuan atau kebersamaan.

Gambar 4.5 Slogan pada Stiker di kendaraan	
Frasa "Untuk Islam yang Satu" adalah penanda yang terdiri dari kata-kata tersebut.	

Pada **Gambar 3.4** terdapat tambahan kalimat pada slogan “Untuk Islam Yang Satu” yang di alihbahasakan ke Bahasa Inggris yakni “For United Islam” tujuannya untuk menjangkau khalayak internasional : Dengan mencantumkan alih bahasa asing dalam slogan pada stiker, Media Dakwah Radio Silaturahmi berharap dapat menjangkau pasar internasional yang berbicara bahasa tersebut. Dan Bahasa Inggris merupakan Bahasa paling umum di dunia hal ini memungkinkan pesan atau ideologi yang diiklankan dapat dipahami oleh khalayak yang berbeda secara bahasa.

Menciptakan kesan global atau prestise : Alih bahasa asing dalam slogan dapat memberikan kesan bahwa produk atau merek memiliki hubungan dengan pasar internasional, dapat menarik minat konsumen yang mengaitkan alih bahasa asing dengan kualitas atau eksklusivitas.

Diferensiasi dari pesaing : Menggunakan alih bahasa asing dalam slogan pada banner dapat membantu merek atau produk untuk membedakan diri dari pesaingnya. Hal ini dapat menarik perhatian konsumen dan membuat mereka tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang produk atau merek tersebut.

Slogan "Untuk Islam yang Satu" merupakan sebuah pernyataan atau ungkapan yang dapat dikategorikan sebagai tindak tutur deklaratif. Tindak tutur deklaratif digunakan untuk menyampaikan pernyataan atau pengumuman tentang keadaan dunia. Dalam hal ini, slogan tersebut menyatakan atau mengumumkan komitmen untuk mendukung dan memperjuangkan kesatuan dalam agama Islam.

Selain itu, slogan ini juga dapat dianggap sebagai tindak tutur persuasif. Tindak tutur persuasif bertujuan untuk mempengaruhi atau meyakinkan pendengar atau pembaca dengan mengajukan argumen atau pesan tertentu. Dalam hal ini, slogan tersebut mendorong individu atau kelompok untuk bersatu dan memprioritaskan persatuan dalam agama Islam.

Slogan tersebut juga dapat diinterpretasikan sebagai tindak tutur normatif. Tindak tutur normatif mengandung norma atau aturan tertentu yang diharapkan diikuti oleh individu atau kelompok. Dalam konteks ini, slogan tersebut menggarisbawahi pentingnya persatuan dan menekankan bahwa dalam agama Islam seharusnya tidak ada perpecahan atau pemecahan kelompok.

Persatuan umat Islam adalah prinsip yang penting dalam agama Islam. Maka dari itu Sebagai media berbasis Islam dengan citranya sebagai radio dakwah, Radio Silaturahmi mengkampanyekan slogan yang selaras guna menjalankan perintah yang sejalan dengan beberapa dalil/nash dari Al-Quran dan Hadis yang menggarisbawahi pentingnya persatuan umat Islam :

Al-Quran :

وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا { ١٠٣ }

" Berpegangteguhlah kamu semuanya pada tali (agama) Allah, janganlah bercerai berai." (QS. Ali Imran/3 : 103)

إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاعْبُدُونِ { ٩٢ }

" Sesungguhnya ini (agama tauhid) adalah agamamu, agama yang satu, dan Aku adalah Tuhanmu. Maka, sembahlah Aku." (QS. Al-Anbiya/21: 92)

مُنِيبِينَ إِلَيْهِ وَاتَّقُوهُ وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُشْرِكِينَ { ٣١ }

مِنَ الَّذِينَ فَرَّقُوا دِينَهُمْ وَكَانُوا شِيَعًا ۗ كُلُّ حِرْبٍ بِمَا لَدَيْهِمْ فَرِحُونَ { ٣٢ }

(Hadapkanlah wajahmu) dalam keadaan kembali (bertobat) kepada-Nya. Bertakwalah kepada-Nya, laksanakanlah salat, dan janganlah kamu termasuk orang-orang musyrik, (QS. Ar-Rum/30 : 31)

(yaitu) orang-orang yang memecah-belah agama mereka sehingga menjadi beberapa golongan. Setiap golongan merasa bangga dengan apa yang ada pada mereka. (QS. Ar-Rum/30 : 32)

فَعَلُونَ يَدَّكَانُوا بِمَا يُبَيِّنُهُمْ ثُمَّ اللَّهُ إِلَىٰ أَمْرِهِمْ إِنَّمَا شَيْءٌ فِي مَنُحِهِمْ لَسَنَتٌ شَيْعًا وَكَانُوا دِينَهُمْ فَرَّقُوا الَّذِينَ إِنَّ

Artinya "Sesungguhnya orang-orang yang memecah belah agamanya dan mereka menjadi (terpecah) dalam golongan-golongan, sedikit pun engkau (Nabi Muhammad) tidak bertanggung jawab terhadap mereka. Sesungguhnya urusan mereka (terserah) hanya kepada Allah. Kemudian, Dia akan memberitahukan kepada mereka apa yang telah mereka perbuat.." (QS. Al-An'am/6 : 159)

Hadis :

يعني الأعظم بال سواد في كل يكمل الاخ تلاف رأي تم ف إذا ضلالة على ت ج تمع لا أم تي إن
وأهله الحق

Artinya "Rasulullah SAW bersabda, "Sesungguhnya umatku tidak akan bersatu pada kesesatan. Jika kamu melihat perpecahan, maka ikutilah mayoritas umatku." (HR. Ibn Majah 3950)

عَنْ النُّعْمَانَ بْنِ بَشِيرٍ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَثَلُ الْمُؤْمِنِينَ فِي تَوَادُّهِمْ وَتَرَاحُمِهِمْ وَتَعَاطُفِهِمْ مَثَلُ الْجَسَدِ إِذَا اشْتَكَى مِنْهُ عُضْوٌ تَدَاعَى لَهُ سَائِرُ الْجَسَدِ بِالسَّهَرِ وَالْحُمَّى (رواه مسلم)

Artinya "Rasulullah SAW bersabda, "Kaum Muslimin dalam kasih sayangnya, rahimannya dan simpatinya bagaikan satu tubuh. Jika salah satu anggota tubuh itu sakit, maka seluruh tubuhnya akan merasa sakit demam dan terjaga malam hari." (HR. Muslim 4685)

Dalil-dalil tersebut menekankan pentingnya persatuan dalam agama Islam. Umat Islam dianjurkan untuk bersatu, menghindari perpecahan, dan memelihara ikatan persaudaraan di antara mereka. Persatuan umat Islam merupakan sumber kekuatan dan keberkahan, serta penting dalam menjaga keutuhan agama dan kebaikan umat.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes, peneliti menjelaskan makna bahasa yang terkandung dalam slogan "Untuk Islam Yang Satu" Radio Silaturahmi. Berikut ini kesimpulan yang peneliti dapatkan.

Makna Bahasa slogan ini baik Secara denotatif, konotatif dan mitos yakni slogan ini mengacu pada ide untuk menyatukan berbagai aliran atau paham dalam Islam menjadi satu kesatuan yang lebih besar. slogan ini dapat mencerminkan aspirasi untuk persatuan umat Islam atau mungkin juga digunakan sebagai alat politik untuk membangun kesatuan politik dengan menggunakan agama sebagai identitas utama. Dan slogan ini membawa makna bahwa keberagaman dalam Islam

harus dikurangi atau diabaikan demi mencapai kesatuan. menciptakan persepsi bahwa hanya ada satu bentuk Islam serta bahwa Islam hanya dapat menjadi satu jika homogenitas atau keseragaman tercapai.

Kandungan makna yang didukung dari narasi insert menekankan pentingnya persaudaraan, persamaan hak, cinta, dan kerjasama di antara umat beriman, terlepas dari perbedaan agama. Konotasi-konotasinya menekankan sikap inklusif, toleransi, serta tanggung jawab umat Islam dalam menunjukkan prinsip-prinsip yang baik dan menjadi teladan bagi umat manusia.

Menekankan pentingnya persatuan dalam agama Islam sebagai prinsip. Umat Islam dianjurkan untuk bersatu, menghindari perpecahan, dan memelihara ikatan persaudaraan di antara mereka. Persatuan umat Islam merupakan sumber kekuatan dan keberkahan, serta penting dalam menjaga keutuhan agama dan kebaikan umat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Nur. (2015, Desember). "Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik", *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol.3 No.2 (online)(Desember,2015), <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/1646/1482>, diakses 9 November 2022
- Al Haque, Rizal. (2022). *Strategi Radio Silaturahmi 720 Am Bekasi: Bertahan Di Tengah Pandemi Covid-19*", *Jurnal Perspektif (online)* – Yayasan Jaringan Kerja Pendidikan Bali (Januari ,2022), <https://jurnal.jkp-bali.com/perspektif/article/view/180>, diakses 13 November 2022.
- Al-Mawardi, Ali bin Muhammad.(tt) (2017,Februari). *Al-Naktu wa al-'Uyûn*, kitab digital al-Maktabah al-Syamilah.
- Aminuddin, (2008). *Semantik pengantar studi tentang makna*, Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ariandriyatna, *Bahasa*, dalam <https://widuri.raharja.info/index.php?title=Bahasa>, diakses 13 Juli 2023.

Artrisdyanti, Revlina Octavia , "*Jenis-jenis Makna dalam Semantik*", dalam <https://www.kompas.com/skola/read/2023/03/25/100000469/jenis-jenis-makna-dalam-semantik?page=all>, diakses 24 Juni 2023.

Aziz, Muhammad T. (2017, Juni) "*Asal Usul Bahasa Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Sains Modern*", *Jurnal Perspektif* Utile Jurnal kependidikan. (online), (Juni, 2017), <http://eprints.ummi.ac.id/98/>, diakses 20 November 2022.

Azwar, Sarifuddin. (2009). *Metode Penelitian*, Cet.9, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Barthes, Roland .(2017). *Elemen-elemen Semiologi*. Yogyakarta: BASABASI.

Berger, Arthur A. (2000). *Tanda-tanda dalam Kedubayaan Kontemporer, terjemahan Dwi Marianto dan Sunarto*, Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya, 2000

Chaer, Abdul. (1994). *Linguistik Umum*, Jakarta: Rineka Cipta,

Cummings, Louise. (2007). *Pragmatik sebuah perspektif multidisipliner*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Darajat, T. M. 2015. "Poster Dan Banner Sebagai Media Informasi Bakti Sosial di Kampung Masjid Dusun Lemah Duhur Gunung Bunder 1 , Bogor". *Jurnal Abdimas* (online), 1(2), <https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/ABD/article/view/1205>, diakses 10 November 2022.

Dariyadi, Moch Wahib. *BAHASA ITU ARBITRER – Arabiyatuna*, dalam <https://arabiyatuna.com/bahasa-itu-arbitrer/>, diakses pada 13 Juli 2023.

Djajasudarma, T. Fatimah. (2009). *Semantik 1*, Bandung, PT. Refika Aditama.

Fachrul, A. F. (2017). Pemaknaan Pengelolaan Radio Komunitas Secara Profesional dan Partisipasi Studi Kasus Radio Silaturahmi 720 AM. *Jurnal E-Hikmah*, Vol 3 No 9. (online), <https://jurnal.alhikmah.ac.id/index.php/elhikmah/article/view/81>, diakses 2 Juni 2023.

Fiska, Rahma. "*Pengertian Semiotika: Konsep Dasar, Macam, dan Tokoh Pencetusnya*" <https://www.gramedia.com/literasi/semotika/>, diakses 10 Juni 2023

Hendra, Tomi. (2019, Juni) *Media Massa dalam Komunikasi Pembangunan Jurnal At-Taghyir : Jurnal Dakwah dan Pengembangan Masyarakat Desa* (online), Volume 1 Nomor 2 Juni 2019, hal. 136-152, <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/taghyir/article/view/1723>, diakses 7 November 2022.

- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga.
- Kosasih. 2007. *Bahasa Indonesia/Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan*. Jakarta: PT Gramedia
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kriyantono, Rahmat .(2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006
- Krisnawati, Ega. "Apa itu Ragam Tulis, Ragam Lisan Bahasa Indonesia dan Contohnya", dalam <https://tirto.id/ggcY>, diakses 10 Juni 2023.
- Landa, R. (2006). *Designing Brand Experiences*. New York: Thomson Delmar Learning.
- Laras Dian Mustika dan Luluk Ulfa Hasanah, "Analisis Gaya Bahasa Pada Slogan Kemasan Makanan Produk Jepang", *Mezurashii* Vol. 2 No. 1 (online) (Januari 2020), https://www.researchgate.net/publication/350436565_ANALISIS_GAYA_BAHASA_PADA_SLOGAN_KEMASAN_MAKANAN_PRODUK_JEPANG, diakses 14 November 2022.
- Lexy J dan Moleong. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan, (2015), *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta, Kencana.
- Mulyana, Deddy. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nilasari, Ika "Kecepatan Gelombang Radio, Cara Kerja, hingga Manfaatnya" Dalam <https://www.harapanrakyat.com/2023/05/kecepatan-gelombang-radio/>, diakses 27 November 2022.
- Pardjimin. (2005). *Bahasa Dan Sastra Indonesia Kelas VII SMP dan MTS*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Pangesti, Rika Bahasa: *Pengertian, Sifat dan Perannya dalam Kehidupan*, dalam <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5916280/bahasa-pengertian-sifat-dan-perannya-dalam-kehidupan>, diakses 14 Juni 2023.
- Pateda, Mansoer. (2001). *Semantik Leksikal*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.

- Purwati, Eli. "Peran Media Dalam Melestarikan Budaya Lokal", *Jurnal Aristo* Vol.1 No.2 (online) (Juli,2013), <https://journal.umpo.ac.id/index.php/aristo/article/view/26/0>, diakses 8 November 2022.
- Putri, Aulia Mutiara Hatia. (2023, 28 Maret) Negara Dengan Umat Muslim Terbanyak Dunia, RI Nomor Berapa?, diambil Kembali dari CNBCIndonesia.com:<https://www.cnbcindonesia.com/research/20230328043319-128-424953/negara-dengan-umat-muslim-terbanyak-dunia-ri-nomorberapa#:~:text=Melansir%20dari%20data%20World%20Population,Indonesia%20yang%20memeluk%20agama%20Islam>.
- Putri, Dina Safira. (2020,Desember). "Efektifitas Radio Sebagai Sumber Informasi Di Era Pandemi Covid-19", *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 6, No. 1 (online) (Des 2020), hal. 45-46 <http://jurnal.univrab.ac.id/index.php/cmj/article/view/2292>, diakses 8 November 2022.
- Rahardjo, M. (2010). *Triangulasi Dalam Penelitian Kualitatif*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Ridwan, (2004). *Statistika Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/Swasta*, Bandung: Alfabeta.
- Rohmadi & Wijana, (2010). *Analisis Wacana Pragmatik kajian Teori dan Analisis*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ruslan, Rosady. (2001). *Etika Kehumasan; Konsepsi dan Aplikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Peersada.
- Sangadji, E.M., & Sopiah. (2016). *Perilaku konsumen: pendekatan praktis disertai: himpunan jurnal penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sobur, A. (2006). *Semiotika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.