

# MAKNA PESAN DAKWAH RIBA PADA PAPAN *BILLBOARD* DI KOTA PEKANBARU

Oleh : Muhamad Ilham  
Email : ag\_ilham16@yahoo.com  
Pembimbing : Nita Rimayanti, M.Comm

Jurusan Ilmu Komunikasi – Konsentrasi Manajemen Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Riau  
Kampus Bina Widya Jl. HR Subrantas Km. 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru 28293  
Telp/Fax 0761-63272

## **ABSTRACT**

*The circulation of dakwah message in early 2016 which contains dakwah message riba is attached on any billboard in pekanbaru city but the contains of message still less understood by the readers. CV.Permata Art is the enterprise who shared the message of dakwah riba. This reasearch is purpose to know the meaning of Representament, Object, and the Interpretant in the message of dakwah riba on the billboard in Pekanbaru city.*

*This research use qualitative method with the analysis presentation of semiothic Charles Sanders Peirce. The Object of this research is the Message of dakwah riba. The Subject of this research are determined three billboard entitled Kredit Riba, ATM Riba and Pelaku Riba ditantang Perang oleh Allah & Rasul. The techniques used for data collection is documentation for determination the location and the actual picture of the billboard. Literature review for reference of the analysis and the interview for support the argmentation of the analysis.*

*Based on the result of this research are found first, meaning of dakwah riba message as Representament is the performer of riba itself. Second, meaning of dakwah riba message as Object is The action for support Pekanbaru city will be a Sunnah City. Third, meaning of dakwah riba message as Interpretant is the performers Riba is sinful who must be repent because they don't know when the death are coming, if they are still doing their action of riba that is will be Allah and The Prophets not only cursed you but also war against you.*

**Keyword:** *Mean, performer riba, billboard, representament, object, interpretant.*

## PENDAHULUAN

Pesan dakwah yang tersebar di lingkungan kota Pekanbaru dan paling tergambar di benak masyarakat kota Pekanbaru ialah mengenai Pesan Riba, begitu fenomenal pesan ini hampir tersebar di seluruh sudut kota Pekanbaru, Riba dalam bahasa arab berarti “Bertambah”. maka segala sesuatu yang bertambah di namakan riba, menurut istilah, riba berarti: menamahkan beban kepada pihak yang berhutang (dikenal dengan riba dayn) atau menambahkan takaran saat melakukan tukar menukar 6 komoditi (emas, perak, gandum, sya’ir, kurma dan garam) dengan jenis yang sama, atau tukar menukar emas dengan dengan jenis yang sama, atau tukar-menukar emas dengan perak dan makanan dengan makanan dengan cara tidak tunai (Tarmizi, 2016:385).

Iklan merupakan bentuk penyampaian pesan atau informasi melalui media kepada publik. Namun kali ini penulis memfokuskan pada kajian iklan *outdoor* yang mana Iklan *outdoor* adalah merupakan media yang di letakan di luar ruangan yang pada saat ini telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, iklan *outdoor* memiliki tujuan menyampaikan pesan promosi suatu produk atau jasa. Banyak sekali media luar ruangan yang tampak secara tak sadar kita lihat seperti poster – poster yang tertempel di dinding pinggir jalan, di kaca

sebuah angkutan umum, dan masih banyak lagi media luar ruangan yang kita sadari maupun tidak kita sadari. Lalu bagaimana dengan media yang terpampang besar, tinggi, lebar, yang berada di pinggir jalan-jalan (billboard) sungguh menarik banyak perhatian setiap mata yang memandang dengan ukuran dan ketinggian yang sangat mencolok dengan media seperti ini.

Pada dasarnya reklame yang di pasang merupakan berita atau pesan untuk mendorong, membujuk khalayak ramai agar tertarik pada barang dan jasa yang ditawarkan. Pemberitahuan kepada khalayak mengenai barang dan jasa yang dijual, dipasang, di media massa seperti koran dan majalah, atau di tempat-tempat umum. Menurut Fandy Tjiptono (2008:243) Media luar ruangan atau *outdoor* adalah media yang berukuran besar di pasang di tempat – tempat terbuka seperti pinggir jalan, di pusat keramaian atau tempat – tempat khusus lainnya, seperti dalam bus kota, gedung, pagar, tembok dan sebagainya.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Penelitian Sejenis Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu disini sebagai dasar atau acuan yang berupa teori-teori atau temuan-temuan melalui hasil sebagai penelitian sebelumnya merupakan hal yang sangat perlu dan dapat

dijadikan sebagai data pendukung. Salah satu data pendukung yang menurut penulis perlu dijadikan bagian tersendiri adalah penelitian sejenis terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian ini.

### **Media Billboard**

*Billboard* sering disebut dengan istilah *outdoor advertising*, Pengertian *billboard* menurut Santosa (2009:168) adalah semua iklan yang menjangkau konsumen ketika mereka sedang berada diluar rumah atau kantor. Jadi *billboard* membujuk konsumen ketika mereka sedang di tempat-tempat umum, dalam perjalanan, dalam ruang tunggu (seperti apotik), dan juga ditempat-tempat terjadinya transaksi.

Menurut Santosa (2009:175) agar iklan *billboard* efektif terdapat beberapa hal yang harus dipenuhi, yaitu Gambar memiliki daya tarik, pesan harus jelas, tata letak sederhana. produk dan nama jelas, ilustrasi harus besar yaitu sebuah gambar lebih mampu berbicara daripada seribu tulisan, penggunaan warna menarik dan tetap mudah dibaca, menggunakan tipe huruf yang tebal (*bold*), merupakan rangkaian dari kampanye iklan sehingga harus mampu mengingatkan khalayak terhadap iklan televisinya, lokasi *billboard* harus strategis dan pandangan khalayak tidak terhalang oleh apapun.

### **Pesan Dakwah**

Dalam (Basit, 2013:9) Pesan dakwah adalah apa yang disampaikan didalam proses kegiatan dakwah. Tiga dimensi yang saling terkait dengan istilah pesan dakwah yaitu pertama, Pesan dakwah menggambarkan sejumlah kata atau imajinasi tentang dakwah yang diekspresikan dalam bentuk kata-kata. (isi pesan dan lambang). Kedua, Pesan dakwah berkaitan dengan makna yang dipersepsi atau diterima oleh seseorang. Ketiga, Penerimaan pesan dakwah yang dilakukan oleh mad'u atau objek dakwah sesuai dengan karakteristik pesan dakwah seperti mengandung unsur kebenaran, membawa pesan perdamaian tidak bertentangan dengan nilai-nilai universal, memberikan kemudahan bagi penerima pesan, mengapresiasi adanya perbedaan.

### **Riba**

Riba dalam bahasa arab berarti "Bertambah". maka segala sesuatu yang bertambah di namakan riba, menurut istilah, riba berarti: menamakan beban kepada pihak yang berhutang (dikenal dengan *riba dayn*) atau menambahkan takaran saat melakukan tukar menukar 6 komoditi (emas, perak, gandum, sya'ir, kurma dan garam) dengan jenis yang sama, atau tukar menukar emas dengan dengan jenis yang sama, atau tukar-menukar emas dengan perak dan makanan

dengan makanan dengan cara tidak tunai (Tarmizi, 2016:385).

Riba merupakan segala bentuk tambahan atau kelebihan yang diperoleh atau didapatkan melalui transaksi yang tidak dibenarkan secara syariah. Bisa melalui “bunga” dalam hutang piutang, tukar menukar barang sejenis dengan kuantitas yang tidak sama, dan sebagainya. Dan riba dapat terjadi dalam semua jenis transaksi amaliyah. Keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 Tentang Bunga (Interest/Faidah) :

Pertama : Pengertian Bunga (Interest) dan Riba Bunga (Interest/fa'idah) adalah tambahan yang dikenakan dalam transaksi pinjaman uang (al-qardh) yang di perhitungkan dari pokok pinjaman tanpa mempertimbangkan pemanfaatan/hasil pokok tersebut, berdasarkan tempo waktu, diperhitungkan secara pasti di muka, dan pada umumnya berdasarkan persentase. Riba adalah tambahan (ziyadah) tanpa imbalan yg terjadi karena penagguhan dalam pembayaran yang diperjanjikan sebelumnya, dan inilah yang disebut Riba Nasi'ah.

Kedua : Hukum Bunga (interest) Praktek pembungaan uang saat ini telah memenuhi kriteria riba yang terjadi pada zaman Rasulullah SAW, yakni Riba Nasi'ah. Dengan demikian, praktek pembungaan uang ini termasuk salah satu bentuk Riba,

dan Riba Haram Hukumnya. Praktek Penggunaan tersebut hukumnya adalah haram, baik di lakukan oleh Bank, Asuransi, Pasar Modal, Pegadaian, Koperasi, dan Lembaga Keuangan lainnya maupun dilakukan oleh individu.

Ketiga : Bermu'amalah dengan lembaga keuangan konvensional Untuk wilayah yang sudah ada kantor/jaringan lembaga keuangan syari'ah dan mudah dijangkau, tidak dibolehkan melakukan transaksi yang didasarkan perhitungan bunga. Untuk wilayah yang belum ada kantor/jaringan lembaga keuangan Syari'ah, diperbolehkan melakukan kegiatan transaksi di lembaga keuangan konvensional berdasarkan prinsip dharurat/hajat Buruknya Muamalah Ribawiyah.

### **Makna**

Makna adalah bagian yang tidak terpisahkan dari semantik dan selalu melekat dari apa saja yang kita tuturkan. Pengertian dari makna sendiri sangatlah beragam. Pateda (2001:79) mengemukakan bahwa istilah makna merupakan kata-kata dan istilah yang membingungkan. Makna tersebut selalu menyatu pada tuturan kata maupun kalimat. Menurut Ullman (dalam Pateda, 2001:82) mengemukakan bahwa makna adalah hubungan antara makna dengan pengertian. Dalam hal ini Ferdinand de Saussure ( dalam Chaer, 1994:286) mengungkapkan

pengertian makna sebagai pengertian atau konsep yang dimiliki atau terdapat pada suatu tanda linguistik.

Dalam Kamus Linguistik, pengertian makna dijabarkan menjadi :

1. Maksud pembicara;
2. Pengaruh penerapan bahasa dalam pemakaian persepsi atau perilaku manusia atau kelompok manusia;
3. Hubungan dalam arti kesepadanan atau ketidaksepadanan antara bahasa atau antara ujaran dan semua hal yang ditunjukkannya, dan
4. Cara menggunakan lambang-lambang bahasa ( Harimurti Kridalaksana, 2001: 132).

Bloomfield (dalam Wahab, 1995:40) mengemukakan bahwa makna adalah suatu bentuk kebahasaan yang harus dianalisis dalam batas-batas unsur-unsur penting situasi di mana penutur mengujarnya. Terkait dengan hal tersebut, Aminuddin (1998:50) mengemukakan bahwa makna merupakan hubungan antara bahasa dengan bahasa luar yang disepakati bersama oleh pemakai bahasa sehingga dapat saling dimengerti.

Dari pengertian para ahli bahasa di atas, dapat dikatakan bahwa batasan tentang pengertian makna sangat sulit ditentukan karena setiap pemakai bahasa memiliki kemampuan dan cara pandang yang berbeda dalam memaknai sebuah ujaran atau kata.

## **Warna dan Sifatnya**

Susanto (2011:433), menyatakan bahwa “warna didefinisikan sebagai getaran atau gelombang yang diterima indera penglihatan manusia yang berasal dari pancaran cahaya melalui sebuah benda”. Menurut wucius wong (dalam prawira, 1984: 198) warna di artikan unsur yang tampak atau unsur visual yang dapat membedakan sebuah bentuk dari sekelilingnya.

Warna merupakan salah satu unsur seni dan unsur visual yang sangat penting, karena dengan warna orang akan dapat mengidentifikasi sesuatu dengan indera penglihatannya dan dapat mempengaruhi dan merangsang mata sehingga membuat suatu benda dapat dilihat oleh mata selain itu juga, warna dapat menunjukkan sifat dan watak yang berbeda dan warna juga dapat digunakan secara simbiolis seperti yang di ungkapkan oleh Dewojati (2004:38) sebagai berikut:

Warna merupakan unsur visual yang paling menonjol dari unsur-unsur yang lainnya, kehadirannya dapat membuat suatu benda dapat dilihat oleh mata. warna juga dapat menunjukkan sifat dan watak yang berbeda disamping itu warna dapat juga digunakan secara simbolis. Warna menurut ilmu fisika adalah kesan yang ditimbulkan oleh cahaya pada mata. selanjutnya diungkapkan bahwa warna dalam ilmu bahan adalah pigmen yaitu zat warna berupa

bubuk halus yang disatukan dengan binder (zat pengikat).

### **Analisis Semiotika**

Secara etimologis, istilah semiotika berasal dari kata Yunani *Semion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang didasari konvensi yang telah terbangun sebelumnya. Secara terminologis, semiotika dapat diidentifikasi sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda. Tanda-tanda (*sign*) adalah unsure dasar dari seluruh komunikasi (Little John, dalam Wibowo, 2009:8).

Sedangkan menurut (Umberto Eco dalam Wibowo, 2009:12) kajian semiotika menjadi dua jenis semiotika yaitu semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Semiotika komunikasi menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu diantaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi yaitu pengirim, penerima, kode, pesan, saluran komunikasi dan acuan yang dibicarakan.

Semiotika adalah “ilmu” yang mengkaji tanda dalam kehidupan manusia. Karena manusia memiliki kemampuan untuk memberikan makna pada berbagai gejala sosial budaya dan alamiah. Semiotika ialah ilmu yang mengkaji tanda dalam berkehidupan manusia pada umumnya artinya, semua yang hadir dalam kehidupan kita dilihat sebagai tanda, yakni sesuatu yang harus kita beri makna. Sampai disini mungkin kita semua sepakat. Namun, saat kita harus menjawab apa yang dimaksud dengan tanda, mulai ada masalah (Umberto Eco dalam Wibowo, 2009:12).

Para *strukturalis*, merujuk pada Ferdinand de Saussure (1996), melihat tanda sebagai bentuk yang tercitra dalam kognisi seseorang dan makna atau isi, yakni yang dipahami oleh manusia pemakaitandai. De Saussure menggunakan istilah *significant* (*signified*, ing; Penanda, Ind). Untuk segi bentuk suatu tanda, *signifie* (*signified*, ing; petanda, ind) untuk segi maknanya. Dengan demikian, De Saussure dan para pengikutnya antara lain Roland Barthes melihat tanda sebagai sesuatu yang menstruktur proses pemaknaan berupa kaitan antara penda dan petanda dan terstruktur hasil proses tersebut di dalam kognisi manusia.

### **Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce**

Titik sentral dari teori semiotika Charles S. Peirce adalah sebuah trikotomi yang terdiri atas 3 tingkat dan 9 sub-tipe tanda. Proses tiga tingkat dari teori segitiga makna yang merupakan proses semiosis dari kajian semiotika:

#### a. Trikotomi Pertama

Sign (*representament*) merupakan bentuk fisik atau segala sesuatu yang dapat diserap pancaindera dan mengacu pada sesuatu. Sesuatu menjadi representamen didasarkan pada *ground*-nya (trikotomi pertama), dibagi menjadi *qualisign*, *sinsign*, dan *legisign*.

- 1) *Qualisign* adalah tanda yang menjadi tanda berdasarkan sifatnya. Misalnya sifat warna merah adalah *qualisign*, karena dapat dipakai tanda untuk menunjukkan cinta, bahaya, atau larangan.
- 2) *Sinsign* (*singular sign*) adalah tanda-tanda yang menjadi tanda

berdasarkan bentuk atau rupanya di dalam kenyataan. Semua ucapan yang bersifat individual bisa merupakan sinsign. Misalkan suatu jeritan, dapat berarti heran, senang atau kesakitan. Seseorang dapat dikenali dari caranya berjalan, tertawa, nada suara dan caranya berdehem. Kesemuanya itu adalah sinsign. Sinsign dapat berupa tanda tanpa berdasarkan kode.

- 3) *Legisign* adalah tanda yang menjadi tanda berdasarkan suatu peraturan yang berlaku umum, suatu konvensi, suatu kode. Semua tanda-tanda bahasa adalah legisign, sebab bahasa adalah kode, setiap legisign mengandung di dalamnya suatu sinsign, suatu *second* yang menghubungkan dengan *third*, yakni suatu peraturan yang berlaku umum (Vera, 2014: 22).

b. Trikotomi kedua

Pada trikotomi kedua, yaitu berdasarkan objeknya tanda diklasifikasikan menjadi ikon, indeks, dan simbol.

- 1) Ikon adalah merupakan tanda yang menyerupai benda yang diwakilinya atau suatu tanda yang menggunakan kesamaan atau ciri-ciri yang sama dengan apa yang dimaksudkannya. Misalnya kesamaan sebuah peta dengan wilayah geografis yang digambarkannya, foto, dan lainnya.
- 2) Indeks adalah tanda yang sifat tandanya tergantung pada keberadaannya suatu denotasi. Indeks, dengan demikian adalah suatu tanda yang mempunyai kaitan atau kedekatan dengan apa yang diwakilinya. Misalkan

tanda asap dengan api, tiang penunjuk jalan dan sebagainya.

- 3) Simbol adalah suatu tanda, dimana hubungan tanda dan denotasinya ditentukan oleh suatu peraturan yang berlaku umum atau ditentukan oleh sesuatu kesepakatan bersama konvensi (Vera, 2014: 22).

c. Trikotomi ketiga

Berdasarkan intrepetannya, tanda dibagi menjadi *rhema*, *decisign*, dan *argument*.

- 1) *Rhema*, bilamana lambang tersebut interpretannya adalah *first* sebuah makna tanda tersebut masih dapat dikembangkan.
- 2) *Decisign (dicentsign)*, bilamana antara lambang itu dan interpretannya terdapat hubungan yang benar ada (merupakan *secondness*).
- 3) *Argument*, bilamana suatu tanda dan interpretannya mempunyai sifat yang berlaku umum (merupakan *thirdness*) (Vera, 2014: 23).

Proses pemakaian tanda yang mengikuti skema ini disebut sebagai proses semiosis. Berdasarkan konsep tersebut maka dapat dikatakan bahwa makna tanda dapat berlaku secara pribadi, sosial, atau bergantung pada konteks tertentu. Perlu dicatat bahwa tanda tidak dapat mengungkapkan sesuatu, tanda hanya berfungsi menunjukkan, sang penafsirlah yang memaknai berdasarkan pengalamannya masing-masing.

### **Kerangka Pemikiran**

Pesan-pesan yang disampaikan terkait fenomena yang sedang terjadi maupun berkenaan dengan tema

dakwah Islam dan tertujukan pada pesan Riba. Permasalahan akan kurangnya masyarakat tentang dampak dari pelaku Riba membuat media ini menyebarkan pesan dakwah untuk memberi pengetahuan akan Riba. Makna dan tanda-tanda yang digunakan dalam papan *billboard* berisi pesan riba tersebut menjadi perhatian penulis karena tanda yang digunakan begitu mengenai hati para pembacanya yaitu publik yang lebih dominan tersangkut sebagai pelaku riba. Untuk itu penulis akan menggunakan teori semiotika Charles S. Peirce untuk dapat menjelaskan kajian penulis yaitu 1. Makna *representament* dalam papan *billboard* berisi pesan riba di Pekanbaru, 2. Makna objek dalam *billboard* berisi pesan riba di Pekanbaru, 3. Makna *interpretant* dalam *billboard* berisi pesan riba di Pekanbaru. Dengan menggunakan konsep-konsep kajian penelitian media billboard, pesan dakwah, Riba . Dapat ditarik suatu kesimpulan tentang Makna Pesan Dakwah Riba Pada Papan Billboard di Kota Pekanbaru.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika, dengan paradigma Charles Sanders peirce sebagai ilmu pemecahan masalah penelitian. Dalam penelitian ini data yang terkumpul terdiri atas data primer dan data sekunder.

1. Data primer, dalam penelitian ini data primer merupakan Papan *Billboard* yang terpasang pada media billboard milik CV.Permata Art kota Pekanbaru.

2. Data sekunder, dalam penelitian ini diperoleh langsung dari berbagai media Informasi seperti [web.facebook.com](http://web.facebook.com) , [www.datariau.com](http://www.datariau.com). Dimana penulis mendapatkan Informasi secara cepat mengenai pemberitaan dan hal-hal terbaru mengenai topik pesan dakwah tersebut.

Adapun prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain dokumentasi dan studi pustaka.

### 1. Dokumentasi

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelusuran data melalui studi pustaka, penelusuran data online terkait dengan rumusan penelitian dan mengumpulkan dokumentasi berupa foto sebagai data pendukung data penelitian.

### 2. Wawancara

Wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan para subjek penelitian terkait berguna sebagai data pendukung di mana penulis juga harus memastikan hasil dari analisis bukan hanya sekedar argumentasi saja melainkan sesuai dengan kenyataan dan dukungan dari subjek penelitian. Wawancara yang di lakukan kepada direktur CV.Permata art yaitu Bapak Intan M Nur.

### 3. Studi Pustaka

Untuk melengkapi dan memperkuat penelitian ini penulis melakukan studi pustaka dengan cara mengumpulkan data-data dari berbagai sumber seperti buku, majalah, jurnal *online* serta karya tulis lainnya yang berhubungan dengan penelitian untuk mendapatkan teori-teori mengenai semiotika, komunikasi visual,

makna pesan, media *billboard* dan lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

### **Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data**

Dalam menetapkan keabsahan data, penulis menggunakan teknik triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain (dalam Moleong, 2005:320).

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. Orang yang melakukan riba adalah pendosa besar.

Pendosa besar ini tergambar dari papan *billboard* Kredit Riba dimana dikatakan bahwa satu dirham yang dimakan seseorang dari transaksi RIBA lebih BESAR DOSANYA dari pada melakukan ZINA sebanyak 36x. (HR.Ahmad & Al Baihaqi) berdasarkan hadits tersebut menyatakan lebih besar dosanya dari pada melakukan zina sebanyak 36 kali tentu ini telah menggambarkan di benak kaum muslim yang membaca papan *billboard*, bahwa dosa zina saja sudah hina di hapapan Allah SWT apalagi lebih besar dari pada sebanyak 36 kali melakukan hal zina, maka pernyataan ini tergolong kedalam makna pesan dakwah dalam dimensi pertama yaitu pesan dakwah yang memiliki kata-kata yang mampu memberikan imajinasi kepada pembaca pesan (Basit, 2013:09). Dengan imajinasi bahwa praktik riba yang telah pembaca lakukan mampu menyadarkan diri mereka agar segera bertaubat dan meninggalkan segala sisa-sisa praktik riba.

pelaku praktik riba akan di perangi oleh Allah dan Rasulnya

pernyataan tersebut tergambar pada papan *billboard* ketiga yaitu Pelaku Riba Ditantang Perang Oleh Allah & Rasul dengan menggunakan visualisasi gambar yang menggambarkan keadaan seseorang tentara berada dalam suasana perang seorang diri, dengan gambar tersebut memberikan imajinasi kepada yang membaca papan *billboard* bahwa bagaimana seorang pelaku praktik riba menghadapi perang dengan seorang diri tentu saja sangat menakutkan apalagi pelaku praktik riba menghadapi peperangan melawan Allah beserta rasul-rasulnya tentu saja sudah menjadi gambaran buruk yang sangat menakutkan dan tak ada satupun umat muslim yang sanggup untuk melakukannya. Maka pernyataan ini juga tergolong kedalam makna pesan dakwah dalam dimensi pertama yaitu pesan dakwah yang memiliki kata-kata yang mampu memberikan imajinasi kepada pembaca pesan ( Basit, 2013:09).

2. Pernyataan tegas kepada masyarakat Kota Pekanbaru.

Pernyataan tegas yang tergambar dalam papan *billboard* dakwah tersebut terlihat dari pemilihan warna pada tulisan serta huruf yang kapital setiap masing-masing papan *billboard* yaitu:

Dari ketiga papan *billboard* yang di teliti terdapat adanya kesamaan dalam pemilihan warna pada tulisan yang di gunakan CV.Permata art dalam mengiklankan pesan dakwah riba tersebut yaitu warna merah pada papan *billboard* menunjukkan kesan keberanian dalam sebuah kata-kata peringatan, dimana warna merah ini digunakan sebagai pernyataan tegas dan sebuah peringatan yang sangat

keras, warna kuning pada papan *billboard* menunjukkan kesan optimis dan idealisme dalam penyampaian pesan dakwah riba tersebut. Sedangkan warna putih pada papan *billboard* menunjukkan kesan akan suci dan bersih atau netralitas. Penggunaan ketiga warna tersebut pada tulisan sangat berpengaruh pada papan *billboard* pada siang hari, karena warna merah dan kuning yang mencolok serta penerang tulisan akan sangat membantu dan menjadi titik perhatian bagi khalayak banyak dengan warna putih yang menetralkan tulisan tersebut (Hindarto, 2006:74-76).

Sehingga penggunaan ketiga warna yaitu merah, kuning, dan putih tersebut tulisan yang tadinya hanya berupa kata-kata berubah menjadi tulisan yang bermakna emotif yang maksudnya tulisan tersebut menjadi kata-kata yang menimbulkan emosional energik di dalamnya Pateda (2001:101) serta memiliki aspek makna nada (*tone*) dalam arti sikap, yaitu sikap tegas dalam menyampaikan setiap pesan dalam papan *billboard* tersebut.

Dalam penggunaan huruf kapital ini maka tergolong kedalam aspek makna maksud (*intention*) yang di kemukakan oleh (Aminudin 1998:50), dimana pada seluruh tulisan tersebut memiliki deklarasi atau pernyataan keras serta ultimatum bagi masyarakat kota Pekanbaru terhadap bahayanya riba tersebut.

### 3. Firman dan Hadits sebagai tolak ukur kebenaran

Setiap ketiga papan iklan dakwah riba yang di teliti semuanya memiliki firman atau hadits sebagai pendukung di balik kata-kata dan gambar yang terpampang dalam

*billboard* tersebut seperti, pada papan *billboard* yang pertama, satu dirham yang dimakan seseorang dari transaksi riba lebih besar dosanya dari pada melakukan zina sebanyak 36x. (HR.Ahmad & Al Baihaqi),kemudian pada papan *billboard* yang kedua, Allah Memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah (Q.S. AL-Baqarah: 276), Maka Jika Kamu Tidak Mengerjakan (Meninggalkan Sisa Riba), Maka Ketahuilah Bahwa Allah Dan Rasul-Nya Akan Memerangimu (Qs. Al-Baqarah: 279).

Ini sesuai dengan makna *referensial* yang di kemukakan oleh Pateda (2001 : 101) dimana kata-kata yang saling berhubungan memiliki suatu kenyataannya, ini dalam arti setiap paparan mengenai baik itu Kredit Riba, atm riba, pelaku riba di tantang oleh Allah & Rasulnya di dukung dari sesuatu yang berhubungan jelas dengan permasalahannya atau topiknya menggunakan sebuah hadits dan firman Allah yaitu ayat suci Al-quran.

Pernyataan ini juga sesuai pada makna pesan dakwah yang di kemukakan oleh Basit (2013:09) ini tergolong pada di mensi pesan dakwah ke tiga bahwa dengan keberadaan firman dan hadist sebagai pendukung argumen untuk memberikan ilmu pengetahuan tentang riba memberikan penerimaan pesan yang sesuai pada kebenarannya.

### 4. memiliki tujuan beribadah, ilmu pengetahuan dan keuntungan iklan

Tujuan pertama yang ingin di capai CV.Permata art tentu saja adalah melakukan ibadah dengan melakukan media papan *billboard*

tersebut, ini tergambar jelas dari Terdapat Logo yang berisi kata-kata “Ayo Hijrah Menuju Pekanbaru kota Sunnah” ini merupakan simbol mewakili sebuah hal yang lebih besar yang ada di belakangnya terkait tujuan dari iklan dakwah dimana simbol iklan dakwah yang di pasang pada papan *billboard* milik CV.Permata Art. Dari ketiga papan yang di teliti semuanya memiliki logo tersebut,

Ini termasuk kedalam makna *Referensial* oleh Pateda (2001:101) dimana berdasarkan suatu lambang dapat mengisyaratkan suatu benda atau tujuan yang ingin di capai, dalam arti di balik pesan-pesan dakwah yang di sampaikan oleh CV.Permata art ada sebuah gerakan yang di dukung yang mana mendukung untuk menjadikan kota Pekanbaru menjadi kota Sunnah. dan bukan hanya papan *billboard* yang berisi pesan dakwah riba saja yang memiliki logo tersebut melainkan ada lagi papan *billboard* berisi pesan dakwah namun dengan tema yang lain. Dalam hal ini CV.Permata art mengakui bahwa setiap papan *billboard* yang berisi pesan dakwah yang memiliki logo tersebut adalah milik mereka.

Tentu saja ibadah yang di lakukan CV.Permata art sesuai dengan tujuan Islam sebagai Pesan dakwah yang universal di kemukakan oleh Basit (2013:12) bahwa pemeliharaan manusia sebagai tolak ukur utama dan absolut. Makna yang terkandung dalam tujuan tersebut dengan mendukung pergerakan Pekanbaru menuju kota Sunna CV.Permata art telah memelihara hukum dan syariat agama islam dengan menegakkannya melalui media tersebut sehingga akan

menjadi ibadah yang baik dan insyaAllah di terima di sisinya.

Tujuuan kedua sebagai ilmu pengetahuan ini terlihat dari simbol yang tergambar jelas dari Terdapat Logo yang berisi kata-kata “Bebaskan Diri Anda Dari Jerat Utang & Riba !”mewakili sebuah hal yang besar yang ada di belakangnya terkait tujuan dari iklan dakwah riba tersebut, simbol ini digunakan sebagai mendukung pergerakan Anti Riba di Kota Pekanbaru.

berdasarkan pernyataan tersebut ini termasuk kedalam makna *Referensial* oleh Pateda (2001:101) dimana berdasarkan suatu lambang dapat mengisyaratkan suatu benda atau tujuan yang ingin di capai. Dengan semakin banyaknya investasi-investasi yang merajalela di kota-kota besar seperti Pekanbaru ini yang pada hakikatnya cara tersebut sangat di larang dalam Agama Islam dan memiliki dosa yang sangat besar bagi umat muslim.bagi masyarakat kota Pekanbaru tidak semua masyarakat muslim paham dan mengerti dengan jelas hukum, penyebab dan akibat dari riba tersebut dengan penjelasan berdasarkan gambar, firman dan hadist pada papan *billboard* tersebut maka telah menjadi sebuah ilmu pengetahuan bagi umat muslim yang ada di kota pekanbaru dan menyadarkan mereka betapa bahanya riba tersebut.

Tentu saja ilmu pengetahuan yang di berikan CV.Permata art sesuai dengan tujuan Islam sebagai Pesan dakwah yang universal di kemukakan oleh Basit (2013:12) bahwa pesan dakwah sebagai bentuk perjuangan untuk kebenaran pengetahuan. Dengan melakukan gerakan mendukung untuk membebaskan diri dari segala praktik

riba tersebut maka akan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentunya bagi masyarakat muslim di kota Pekanbaru.

Tujuan ketiga adalah keuntungan atau profit perusahaan yang di dapatkan Oleh CV.Permata art tersebut. Menurut penulis keuntungan yang di dapatkan adalah akan banyaknya masyarakat kota Pekanbaru yang selalu mencari dan melihat kepada papan *billboard* dakwah tersebut, kemudian dengan menggunakan trik sebagai papan *billboard* dakwah akan lebih memudahkan perusahaan-perusahaan lainnya dalam melakukan pemasangan iklan di papan milik CV.Permata art tersebut karena dengan semakin banyak mata masyarakat kota Pekanbaru yang memandang keunikan papan *billboard* tersebut maka semakin tinggi pula minat untuk melihat ke papan *billboard* milik CV.Permata Art tersebut. Ciri khas papan *billboard* milik CV.Permata Art ialah dua logo atau simbol yang terpaparkan pada tujuan nomor satu dan nomor dua tadi.

Sehingga bagi siapapun masyarakat kota Pekanbaru yang ingin beriklan khususnya pada media luar atau *billboard* akan mudah terbayang di benak mereka untuk memasang di papan milik CV.Permata art karena bukan hanya dari segi keunikan dan banyak sering di lihat oleh masyarakat kota Pekanbaru melainkan tempat-tempat yang sangat strategis pula biasanya iklan dakwah tersebut di pasang agar lebih menarik investor pengiklan dalam memasang iklan di papan *billboard* milik CV.Permata Art.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

1. Makna *representament* dalam pesan Kredit Riba, ATM Riba, Pelaku Riba Ditantang Perang Oleh Allah & Rasul pada papan *billboard* di kota Pekanbaru ialah terdapat pada pesan yang di ambil dari kata-kata pada setiap papan *billboard* yang merupakan sikap yang tegas pemasang CV. Permata art terhadap masyarakat muslim kota Pekanbaru, bahwa riba tersebut jauh lebih besar dosanya dari pada berzina 36 kali. Ajal Tidak Menunggu taubatmu dan segera lah memusnahkan harta dari hasil riba kemudian perkebanglah harta yang halal. Peringatan kepada masyarakat kota Pekanbaru meninggalkan segala sisa-sisa sistem riba, dengan pengertian untuk berhenti dari kegiatan dalam pemungutan kembali bagi kreditor. Sehingga dapat di simpulkan makna pesan dakwah riba sebagai *representament*-nya adalah pelaku riba itu sendiri.
2. Makna objek dalam pesan Kredit Riba, Atm Riba, Pelaku Riba Ditantang Perang Oleh Allah & Rasul pada papan *billboard* di kota Pekanbaru ialah terdapat pada Simbol pada ketiga papan *billboard* tesebut yaitu logo yang berisi kata-kata “Ayo Hijrah Menuju Pekanbaru kota Sunnah” dan logo yang bersiri kata-kata “Bebaskan Diri Anda Dari Jerat Utang & Riba !” ini merupakan simbol iklan dakwah yang di pasang pada papan *billboard* milik CV.Permata Art pada dengan tujuan agar yang membaca papan *billboard* ikut mendukung slogan atau jargon yang mereka ciptakan dalam mendukung pergerakan Kota

Pekanbaru menuju kota sunnah serta mendukung pergerakan anti riba di Kota Pekanbaru. Sehingga dapat di simpulkan makna pesan dakwah riba sebagai objeknya adalah gerakan mendukung untuk menjadikan masyarakat Kota Pekanbaru menjadi kota sunnah.

3. Makna *interpretant* dalam pesan Kredit Riba, Atm Riba, Pelaku Riba Ditantang Perang Oleh Allah & Rasul pada papan *billboard* di kota Pekanbaru ialah terdapat pada papan *billboard* Kredit Riba Gambar berbagai jenis harta yang ada dalam gambar merupakan objek utama merupakan penggambaran bahwa orang yang melakukan kredit rata-rata membeli jenis-jenis barang yang ada didalam gambar papan *billboard* tersebut seperti kredit rumah, mobil, motor, kulkas, *smartphone*. kemudian pada papan *billboard* ATM Riba tulisan “Ajal Tidak Menunggu taubatmu” mewakili kenyataan dan penjelasan makna dari sebuah kata ATM. Serta pada papan *billboard* Pelaku Riba Ditantang Perang Oleh Allah & Rasul gambar seorang tentara yang sedang berperang yang menjadi penggambaran orang-orang yang mengamati papan *billboard* tersebut dan merasakan situasi keadaan di dalam sebuah peperangan seorang diri. Sehingga dapat di simpulkan makna pesan dakwah riba sebagai *interpretan*-nya adalah pelaku riba yang penuh dengan dosa agar segera bertaubat karena ajal tidak menunggu taubat itu sendiri , dan apabila masih berlanjut dalam mengerjakan praktik riba tersebut maka Allah beserta rasulnya akan

memerangi pelaku transaksi riba tersebut.

Adapun saran-saran yang akan diuraikan penulis satu-persatu mengenai penelitian ini kepada instansi, lembaga dan kepada mahasiswa antara lain:

1. Saran untuk CV.Permata art agar lebih meningkatkan produktivitas iklan dakwah seperti ini kemudian lebih memperhatikan ketepatan dan kepaduan gambar, tulisan serta warna pada papan *billboard* agar mudah di pahami setiap yang membaca iklan papan *billboard* tersebut. Kemudian diharapkan agar dapat bekerjasama untuk menerima lulusan Universitas Riau dan menerima kerjasama untuk melaksanakan *Job training* ataupun lapangan pekerjaan bagi mahasiswa agar terciptanya lulusan akademisi yang baik.
2. Saran untuk penulis selanjutnya terutama mahasiswa yang terkonsentrasi pada bidang Manajemen komunikasi untuk lebih banyak lagi meneliti mengenai papan *billboard* Pekanbaru. Saran ini didasari dari kesulitan penulis mencari literatur dan dan kekurangan referensi terhadap penelitian ini, sehingga peneliti membutuhkan banyak sekali masukan dan bimbingan untuk mencari dan mengolah data dikarenakan kekurangan literatur yang dapat dijadikan acuan atau pedoman dalam sebuah penelitian, dengan semakin banyak penelitian sejenis ini maka akan memperkembang ilmu pengetahuan akademis Ilmu Komunikasi khususnya Universitas Riau.

## DAFTAR PUSTAKA

**Buku:**

- Aart Van Zoest. 1993. *Semiotika: Tentang Tanda, Cara Kerjanya dan Apa yang Kita Lakukan Dengannya*. Jakarta: Yayasan Sumber Agung.
- Abdul Chaer. 1994. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta
- Abdul Wahab. 1995. *Pengajaran Bahasa dan Sastra*. Surabaya: Airlangga
- Alex Sobur. 2006. *Semiotika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Alwasilah, A. Chaedar. 2011. *Pokoknya Kualitatif: Dasar-Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Dunia Pustaka Jaya
- Aminuddin. 1998. *Semantik: Pengantar Studi Tentang Makna*. Bandung: Sinar
- Arikunto, S. 2009. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi 6. Jakarta : Rineka Cipta
- Barthes, Roland. 1957. *Mythologies*. New York : The Noonday Press Baru.
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers
- Danesi, M., & Perron, P. (1999). *Analyzing Culture, An Introduction And Handbook*. Bloomington And Indianapolis: Indiana University Press.
- Djajasudarma, Fatimah. T. 1993. *Semantik 1: Pengantar ke Arah Ilmu Makna*. Bandung: PT. Eresco.
- Fiske, John. 2007. *Cultural and Communication Studies*. Yogyakarta : Jalasutra.
- Harimurti Kridalaksana. 2001. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hindarto, Probo. 2006. *Warna Untuk Desain Interior*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Krisyantono, Rakhmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika
- Mansoer Pateda. 2001. *Semantik Leksikal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mardani. 2012. *Fiqh Ekonomi Syariah : Fiqh Muamalah*. Jakarta: Prenada Media Group
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Mulyana, Deddy. 2003. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Rusady, Ruslan. 2004. *Public Relation*, Edisi Revisi ke-2. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sachari, Agus. 2005. *Metodologi Penelitian Budaya Rupa*. Jakarta: Erlangga

- Sandra Moriarty, Nancy Mitchell , & William Wells. 2011. *Advertising Edisi ke 8*. Jakarta. Kencana.
- Saussure, Ferdinand de. 1996. *Pengantar Linguistik Umum*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sigit, Santosa. 2009. *Creative Advertising*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriyono, Widodo. 2004. *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Tarmizi, Erwandi. 2016. *Harta Haram Muallat Kontemporer*. Yogyakarta: Berkat Mulia Insani
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta: Andi University Press.
- Vera, Nawiroh. 2014. *Semiotika Dalam Riset Komunikasi*. Bogor:Ghalia Indonesia
- Wibowo, Indiawan Seto Wahyu. 2013. *Semiotika Komunikasi. Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sumber lain  
Skripsi :
- Polin Analisis *Makna Dalam Iklan Cetak Billboard A Mild Menthol Versi Kejenuhan Segar Go A Head?*. Skripsi Universitas Mercubuana. Jakarta, 2014.
- Rona Rizka *Representasi Simbol Iuminati pada Gambar Desain Kaos Aye! Denim*. Skripsi Universitas Riau. Pekanbaru, 2016.
- Elsye Wednes Sheptalina *Pemakaian Iklan Rokok A Mild Versi Go A Head Diving*. Skripsi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Surabaya, 2011.
- Internet :**
- <https://web.facebook.com/propertysyariahpekanbaru>, di akses pada tanggal 21 Juni 2017
- <http://www.datariau.com>, diakses pad tanggal 21 juni 2017.