

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Media sosial merupakan media *online*, penggunaannya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi, meliputi *blog*, jejaring sosial, *wiki*, forum dan dunia *virtual*. Jejaring sosial dan *wiki* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Andreas Kaplan dan *Michael haenlein* mendefinisikan media sosial (medsos) sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang terbangun atas dasar *ideologi* dan *teknologi web* serta memungkinkan terjadi penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan dari *user* atau pengguna (*user generated conten*).

Keberadaan media baru (*new media*) melalui jaringan internet saat ini perkembangannya semakin pesat, sejak munculnya Friendster, Flickr, YouTube, MySpace, Koprol hingga saat ini munculnya Facebook, Twitter, WhatsApp, dan Instagram, semakin hari pengguna jejaring sosial tersebut semakin meningkat, Negara Indonesia termasuk salah satu negara terbesar pengguna akun Facebook dan Twitter.

Merebaknya perusahaan elektronik yang muncul ditengah masyarakat dengan menyajikan *gadget* terkini, menawarkan produk terbaru, fitur terlengkap dan kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi penyebab pesatnya perkembangan media sosial hari ini. semua orang seperti bisa memiliki media sendiri, pengguna media sosial bisa mengakses, mengedit,

menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, *video grafis* dan berbagai model *content* lainnya. Eksistensi menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa medsos berkembang pesat dan bisa dilihat dari jumlah akun yang dimiliki dari masing-masing situs jejaring sosial.

Diantara fasilitas jejaring sosial terbesar saat ini adalah *twitter*. Twiter merupakan sebuah layanan media sosial berupa *mikroblog* dimana pengguna atau *user* bisa mengirimkan atau membaca pesan kepada pengikut atau biasa disebut *follower* dalam 140 karakter atau disebut *tweet*.

Twitter berdiri pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey, *Twitter* menjadi salah satu media sosial tempat masyarakat Indonesia berbagi informasi aktivitasnya di dunia maya. Beragam momen dengan topik kebudayaan, olahraga, hiburan, politik hingga gerakan kemanusiaan masih diperbincangkan di linimasa *Twitter* setiap hari.

Pengguna *twitter* di dunia menurut *PeerReach* sekitar 904 jutaan akun, tetapi dengan margin kesalahan hitung sekitar 9 juta, diantara ratusan juta tersebut Indonesia menyumbang sekitar 6,5 % atau sekitar 58,7 Juta akun.

saat ini Indonesia masih menjadi salah satu negara dengan populasi pengguna *Twitter* terbesar di dunia. Indonesia merupakan negara dengan pengguna aktif *twitter* ketiga terbesar dunia. Dalam *rilis Statista* disebutkan pengguna aktif *twitter* Indonesia per Mei 2016 mencapai 24,34 juta. Sementara itu, pengguna *twitter* paling banyak berasal dari Amerika Serikat. Jumlah akun *twitter*

aktif yang berasal dari Negeri Paman Sam itu mencapai 67,54 juta. Selanjutnya, India berada di urutan kedua dengan jumlah 41,19 juta akun twitter yang terdaftar.

Country Business Head Twitter Indonesia menyebutkan bahwa pengguna twitter di Indonesia hingga saat ini terbanyak ketiga di dunia. Terhitung 21 Maret 2016, Twitter genap memasuki usianya yang ke-10. Media sosial ini secara global memiliki sekitar 332 juta pengguna bulanan, dengan 500 juta kicauan dikirim setiap hari dan 200 miliar kicauan dalam setahun.

Pada pertengahan 2015, jumlah pengguna Twitter di Indonesia sendiri sudah mencapai 50 juta. 77 persen pengguna Twitter di Indonesia aktif setiap hari dan Selama 2016, Indonesia menghasilkan 4,1 miliar tweet," (Simangunson- *Country Business Head Twitter Indonesia*),

Sejalan dengan perkembangannya dakwah pun kini tidak hanya terpaku pada media mimbar saja akan tetapi sedah mulai merambah pada media-media yang lebih *modern* dan dianggap lebih efektif dan efisien, diantaranya melalui media visual, audio visual, termasuk melalui media sosial (*media online*).

Saat ini peluang dakwah terbuka sangat lebar dan luas, banyak chanel-chanel dakwah bagi siapa saja untuk tidak ikut andil dalam berdakwah. Berdakwah kini tak lagi tersekat ruang, waktu, kapan pun di mana pun, pesan-pesan dakwah kini dapat dinikmati dengan mudah, dengan perkembangan teknologi internet dan Twitter menjadi salah satu sarana efektif dalam berdakwah.

Oleh sebab itu tidak heran saat ini bermunculan aktivis dakwah (para Muballigh) yang menggunakan twitter sebagai media untuk berdakwah, salah satu sebab memilih chanel dakwah melalui teitter diantaranya akses kemudahan penggunaan dan pengguna sangat ramah dan mudah. Melalui jejaring sosial bisa *menshare* aneka materi ilmu, dakwah dan kalimat-kalimat nasihat, berinteraksi langsung di waktu yang sama.

Media sosial menjadi media potensial untuk dimanfaatkan sebagai sarana kepentingan dakwah, termasuk oleh sosok ulama santun yakni, KH Miftah Faridl. Terinspirasi peluang dakwah yang bisa meluas dengan pemanfaatan jejaring sosial. KH Miftah Faridl *merilis* akun Twitter resmi @miftahfaridl_ID pada hari kamis, tanggal 7 agustus tahun 2014.

Tokoh Ulama sekaligus Ketua Umum MUI Kota Bandung ini menyatakan, pembuatan akun *microblogging* itu diniatkan semata karena Allah SWT. *"Bismillah. Dgn brbagai prtimbangan, insyaAllah saya akan mulai mnggunakan twitter sbg media dakwah I mhn masukan dr @aagym @hafidhuddin,"* tulis KH. Miftah Faridl dalam *Tweet* pertamanya tertanggal 9 Agustus 2014 (mention KH Abdullah Gymnastiar dan KH. Didin Hafidhuddin. *Mudah-mudahan ini menjadi jalan pesan-pesan dakwah dapat terus tersebar, bahkan dengan cakupan yang lebih luas,"*

Komitmen KH. Miftah Faridl dalam berdakwah senantiasa hadir dalam setiap gerak dakwahnya, hal ini menjadi salah satu alasan utama dalam membuat akun twitter @miftahfaridl_ID. *"Niat bapak semata karena Allah SWT, mudah-*

mudahan ini menjadi jalan pesan-pesan dakwah dapat terus tersebar, bahkan dengan cakupan yang lebih luas," (detik.com: 2014). Saat ini akun twitter ulama kelahiran Cianjur tahun 1944 ini sudah difollow oleh 3.747 *Tweeps* (pengguna twitter).

Dalam profilnya, KH Miftah Faridl mencantumkan jabatannya sebagai Ketua Umum MUI Kota Bandung, Ketua Umum Yayasan UNISBA, Pembimbing Utama Travel Haji-Umroh Safari Suci, dan Ketua Dewan Pembina Sinergi Foundation.

Mobilitas KH. Miftah Faridl, sosok ulama yang dikenal dengan ceramah-ceramahnya yang menyejukkan ini terkategori cukup tinggi. Selain aktivitas ceramah, kegiatan lain sebagai pembina di beberapa institusi keagamaan, akademisi dan sosial, menjadikan agenda KH. Miftah Faridl demikian padat, sebelum jatuh sakit beberapa waktu lalu, 5 hingga 6 jadwal ceramah dan kegiatan lainnya dalam satu hari beliau jalani.

Hadirnya media sosial twitter menjadi pilihan dan alternatif media baru dalam mensosialisasikan ide dan pemikiran KH. Miftah Faridl. Perkembangan media baru memberikan banyak manfaat bagi siapapun yang dapat menggunakannya dengan bijak. Bahasa yang digunakan KH. Miftah Faridl dalam menyampaikan pesan dakwahnya begitu ringan, terkesan santai namun penuh dengan makna.

Walau dalam sudut pandang teori komunikasi lebih spesifik teori semiotika, berbagai masalah komunikasi yang seringkali terjadi adalah akibat adanya

kesalahpahaman atau perbedaan dalam memberikan makna yang dipengaruhi oleh sifat kode-kode semiotika dan cara menggunakan tanda-tanda tersebut.

teori semiotika dapat digunakan untuk menganalisa secara virtual berbagai hal yang menjadi bagian dari bidang komunikasi yang mencakup interaksi, media, organisasi, konteks kesehatan, budaya dan lain sebagainya.

Akun dakwah melalui media sosial twitter @miftahfaridl_ID dapat diaplikasikan kedalam berbagai konteks komunikasi sebagai kajian media.

Roland Barthes adalah salah satu ahli semiotika yang menunjukkan sebuah doktrin semiotika baru yang memungkinkan para peneliti untuk menganalisa sistem tanda guna membuktikan bagaimana komunikasi non-verbal terbuka terhadap interpretasi melalui makna tambahan atau *connotative* (Bouzida, 2014).

Fokus mengamati tanda-tanda yang terdapat dalam sebuah teks (pesan /mention) dapat diketahui ekspresi emosi dan kognisi pembuat teks atau pesan itu, baik secara *denotatif*, *konotatif*, maupun *mitologis* (Manning dan Cullum Swan dalam Sobur, 2004: 122).

Penggunaan tanda secara lugas tidak hanya dimaknai apa adanya (*denotatif*), tetapi sebuah tanda pasti memiliki makna abstraksi yang tersembunyi, itulah yang disebut *konotasi*.

Demikian juga dengan pesan KH. Miftah Faridl melalui teks (mention) dalam akun @miftahfaridl_ID, Penekanan terhadap interaksinya dengan *tweeps*

(jamaah) dalam memproduksi dan menerima suatu pesan memungkinkan nilai-nilai dan makna pesan ditangkap berbeda makna.

Dari puluhan tema *Kultweet* (Kuliah Twitter) KH. Miftah Faridl, materi seputar haji menjadi tema yang paling dominan disampaikan dalam pesan *kultweet* nya, akun twitter ini menjadi media baru bagi kaum muslimin dalam mengakses pesan-pesan dakwah dari beliau.

Walaupun pesan dakwah yang disampaikan tersusun dalam tema yang sederhana dan paragram yang terbatas melalui media jejaring social twitter ini, namun jamaah (*tweeps*) senantiasa *antusias* dalam menyimak dan memberikan tanggapan (*Reply* atau *Retweet*) terhadap pesan dakwah yang beliau sampaikan beliau.

Dari fenomena tersebut kemudian menjadi pertimbangan untuk melakukan penelitian dan pengkajian lebih mendalam yang dirumuskan dalam judul **PESAN-PESAN DAKWAH KH. MIFTAH FARID MELALUI MEDIA SOSIAL** (*Analisis Pesan Kultweet Haji Pada Akun Twitter @miftahfaridl_ID*).

B. Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pesan denotatif yang terdapat dalam tema *Kultweet* Haji Pada akun Twitter @miftahfaridl_ID?
2. Bagaimanakah pesan konotatif yang terdapat dalam tema *Kultweet* Haji Pada akun Twitter @miftahfaridl_ID?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak diraih dari penelitian ini adalah untuk memperoleh dan mengetahui:

1. Pesan Denotatif yang terdapat dalam *Kultweet* Haji Pada akun Twitter @miftahfaridl_ID
2. Pesan Konotatif yang terdapat dalam *Kultweet* Haji Pada akun Twitter @miftahfaridl_ID

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

(a) Secara teoritis diharapkan penelitian ini bisa menjadi salah satu literatur dan penambah referensi keilmuan bagi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan dalam pengembangan Ilmu dakwah.

(b) Sebagai bahan perbandingan bagi penelitian-penelitian sesudah maupun sebelumnya dalam kajian media sosial dan penyampaian pesan dakwah, sehingga nantinya akan di temukan format baru yang lebih efektif dalam menggunakan media sosial sebagai salah satu media dakwah.

(c) Selanjutnya penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi, memperkaya ide, wawasan, pemikiran dan khazanah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang dakwah melalui media baru di bidang ilmu dakwah, penyiaran islam dan komunikasi.

(d) serta mampu mengembangkan teori dan metodologi penelitian, khususnya yang berkaitan dengan pesan-pesan dakwah dalam akun twitter @miftahfaridl_ID melalui media sosial.

2. Kegunaan Praktis

(a) Secara praktis Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan inspirasi dakwah, khususnya bagi para praktisi dakwah, keberhasilan dan implikasi dari pemikiran KH. Miftah Faridl dan mengetahui apa saja pesan dakwah yang disampaikan oleh KH. Miftah Faridl melalui akun twitternya.

(b) Secara praktis penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran pesan yang disampaikan oleh KH. Miftah faridl melalui media sosial dan manfaat luas bagi para da'i, mubaligh, pegiat dakwah di dunia maya.

(c) Serta bagi masyarakat atau khalayak secara luas diharapkan bisa memberikan informasi dan kajian praktis tentang peran penting dakwah melalui media sosial (new media) secara efektif.

E. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka sebagai bahan kajian dan perbandingan dengan menelaah beberapa literatur yang berkaitan dengan penelitian yang sedang diteliti saat ini, diantaranya adalah:

No	Nama	Judul dan Tahun	Tujuan	Metode	Hasil	Relevansi
1	Tesis: Ahmad Zaini	Dakwah Melalui Film: Kajian dengan Analisis Semiotika terhadap Film Kiamat Sudah Dekat.	Untuk Mengetahui mengenai lambang-lambang yang terkandung dalam film kiamat	Penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa simbol-simbol yang dimunculkan memiliki makna yang mencakup unsur-unsur	Sama-sama meneliti isi (content) media dengan menggunakan semiotika Roland Barthes, namun fokus dan

		(2007)	sudah dekat.		dakwah serta memberikan pesan yang sangat familiar, membumi, lebih mudah dipahami, dan tidak terlalu banyak berfikir secara ilmiah..	ruang lingkungnya berbeda.
2	Tesis: Silvie Rizka	Potret Perempuan dalam Pesantren, Analisis Semiotika Film Perempuan Berkalung Sorban ". (2013)	Bertujuan untuk mengetahui dan memahami posisi perempuan dalam pesantren melalui simbol-simbol yang ditampilkan dalam film "perempuan berkalung sorban".	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan teori dan pendekatan semiotika Roland Barthes.	digunakan berupa scene-scene yang menggambarkan aktivitas beberapa perempuan pesantren yang memiliki intensitas tinggi dalam menentukan alur cerita film,	Signifikasi dua tahap yaitu tahap denotatif dan tahap konotatif. Walaupun penulis menjadikan tesis tersebut sebagai tinjauan pustaka namun tetap berbeda dengan tesis yang dibuat, karena objek dalam penelitian tersebut adalah film sedangkan peneliti menggunakan media social - Twitter

3	Skripsi Sukma Sejati	Representasi Kekerasan pada Perempuan ” (Studi Semiotik Representasi Kekerasan Pada Perempuan dalam Film Perempuan Berkalung Sorban)” (2011)	Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkap tentang kesetaraan gender antara laki-laki dengan perempuan yang tidak seimbang dan menyebabkan kekerasan yang sering dialami oleh perempuan	Metode penelitian ini menggunakan model penelitian kualitatif, yang menggunakan analisis semiotik Teori yang digunakan dalam penelitian ini, adalah teori dari John Fiske yang mengamati dari level realitas, representasi, dan ideologi.	Hasil penelitian ini berisi bahwa nilai kekerasan pada perempuan dalam film <i>Perempuan Berkalung Sorban</i> adalah bentuk kekerasan dalam film ini terbagi menjadi dua yaitu, kekerasan fisik dan kekerasan psikologis.	Obyeknya sama-sama meneliti tentang komunikasi, dengan menggunakan data kualitatif dari media komunikasi. Perbedaannya adalah dari segi fokus pembahasannya, yaitu meneliti tentang konten (isi) media sebuah tayangan talkshow Mario Teguh Golden Ways, dengan titik berat pada pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam
4	Skripsi Desi kurnia widiastuti	Twitter Sebagai Media Alternative Informasi Public (Analisis Isi Twitter Pada @Humaskabklaten	Untuk Mengetahui dan menganalisa isi pesan twitter pada @Humaskabklaten	Metode penelitian yang digunakan dengan menggunakan metode konten analisis melalui	Hasil penelitian menunjukkan pertama dari analisis adalah sifat pesan informative mendominasi dari pesan persuasive	Persamaan penelitian adalah terletak pada media sosial yang digunakan dalam penelitian sedangkan perbedaannya

		Pemerintah Kabupaten Klaten Periode 1 Januari-28 Pebruari (2014)	Pemerintah Kabupaten Klaten	pendekatan Kuantitatif	dan pesan kuersive.	ya adalah pada isi pesannya, dimana dalam penelitian tesis ini yang diteliti adalah pesan dakwah.
5	Skripsi Andriyanto	“Pesan Mario Teguh di Acara Golden Ways Metro Tv dalam Tinjauan Dakwah Episode 1 April – 24 Juni 2012”. (2012)	mengetahui, isi pesan atau materi yang disampaikan Mario Teguh di acara Golden Ways Metro TV. <i>Kedua</i> , untuk mengetahui bagaimana pesan Mario Teguh dalam tinjauan Dakwah.	Metode analisis data dalam penelitian ini adalah deskriptif, yaitu teknik menguraikan, menggambarkan, dan menafsirkan data-data yang diperoleh	hasil penelitian ini antara lain; <i>pertama</i> bahwasanya pesan Mario Teguh Golden Ways mengandung nilai pesan <i>akidah</i> , seperti, tema “ <i>badboy keren</i> ” karena meliputi iman kepada Allah, malaikat, kitab, rasul dan hari akhir. <i>Kedua</i> pesan-pesan Mario Teguh mengandung nilai syariah, pada tema “ <i>justice for the poor</i> ” karena didalamnya meliputi ibadah thaharah,	bahwasanya pesan-pesan dari Mario Teguh termasuk bagian dari upaya dakwah karena isi pesan-pesan tersebut sesuai dengan materi dakwah. Persamaan dari skripsi tersebut dengan penelitian ini adalah sama sama meneliti <i>content</i> (isi) media

					<p>zakat, dan haji. <i>Ketiga</i>, pesan Mario Teguh mengandung nilai akhlak, seperti pada tema “menantu dan mertua” karena di dalamnya terdapat sikap akhlak kepada orang tua.</p>	
6	<p>Skripsi: Riska Ari Harjanto</p>	<p>Analisis Isi Pesan Dakwah Islam dalam Film Sang Pencerah (2013)</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kecenderungan pesan dakwah Islam apa saja yang terdapat dalam film Sang Pencerah dan apakah jenis pesan dakwah Islam yang dominan tervisualisasi</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan analisis isi dengan pendekatan kuantitatif menggunakan analisis isi.</p>	<p>Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kecenderungan tema yang ada dalam film Sang Pencerah adalah pesan dakwah untuk memujudkan ajaran agama Islam sesuai dengan kaidahnya berdasarkan pedoman Al-Qur'an dan Hadits.</p>	<p>Sama-sama meneliti isi (content) media dengan menggunakan semiotika Roland Barthes</p>

			dalam film Sang Pencera h.			
7	Skripsi: Efrina Heny Sustya Pardiana	Kecenderungan Pesan Politik Twitter Walikota Bandung Terkait Personal Branding (Analisis isi pada akun twitter @ridwankamil periode 1 – 31 Maret 2015)	Bertujuan untuk mendeskripsikan pesan politik dalam setiap postingan @ridwankamil yang terkait dengan personal branding	Penelitian ini menggunakan metode analisis isi sebagai dasar penelitian, melalui pendekatan kualitatif.	Penelitian difokuskan pada tweet dan mention dari akun Twitter @ridwankamil, peneliti memfokuskan penelitian pada tweet yang berbentuk teks saja. Tweet akan dikaitkan dengan personal branding sesuai dengan struktur kategori. Dari hasil penelitian dan setelah dilakukan analisis terhadap 23 tweet, dapat diketahui bahwa kecenderungan pesan pada akun twitter ridwankamil menggambarkan bahwa	Media yang digunakan sama berupa Akun Twitter @ridwankamil, Akun ini efektif Dalam menyampaikan segala pesannya secara langsung , terbuka dalam menyampaikan pesan berkaitan nilai, ideologi, pemikiran, dan opini kepada masyarakat. Media ini pun sarana merespon segala keluhan kesah warga Bandung terkait dengan sikon dan keadaan Kota

					Ridwan Kamil ingin menunjukkan dirinya sesuai dengan apa yang dia harapkan.	
8	Tesis: Taufiq Hidayat	Pesan-Pesan Dakwah KH. Miftah Faridl Melalui Media Sosial (2016)	untuk mempe roleh dan menget ahuiPes an Denotatif dan Pesan Konotatif yang terdapa t dalam kultwit KH. Miftah Faridl di akun twitter @miftahfaridl ID	Metode analisis isi dengan mengguna kan tehnik analisis model semiotika model Roland Barthes yang mengguna kan model dua tahap signifikasi dalam menganalisis tanda.	-	Persamaan dari penelitian diatas tersebut dengan penelitian ini adalah sama sama meneliti content (isi) media.

Tabel 1: Daftar Pustaka

Beberapa penelitian di atas memiliki relevansi dengan penelitian ini. Persamaan dengan penelitian sebelumnya adalah obyeknya yaitu sama-sama meneliti tentang komunikasi dengan menggunakan data kualitatif dari media komunikasi. Perbedaannya adalah dari segi fokus pembahasannya, yaitu meneliti tentang *conten* (isi) media social dengan menggunakan semiotika model Roland

Barthes dan menitik beratkan pada pesan-pesan dakwah melalui akun twitter @miftahfaridl_ID.

F. Kerangka Pemikiran

1. Kerangka Teoritis

1.1 Semiotika Roland Barthes

Semiotika kerap didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari tentang tanda. Segala hal di dunia dapat dibaca sebagai tanda. Perihal tanda sudah ada sejak jaman pra-sejarah (Audifax, 2007: 18). Secara etimologis, kata *semiotik* (istilah yang lazim dikenal di kalangan ilmuwan Eropa Timur, Italia, dan Amerika) atau *semiologi* (istilah yang lazim dikenal dikalangan para ilmuwan Eropa, berasal dari kata *semeion* yang berarti tanda (*sign*), atau *seme* yang berarti penafsir tanda (Pateda, 2001: 28), Umberto Eco (Sobur, 2006: 95).

Sedangkan secara terminologis, John Lechte menyatakan bahwa semiotika adalah suatu disiplin yang menyelidiki semua bentuk komunikasi yang terjadi dengan sarana tanda-tanda (*sign*) dan berdasarkan pada system tanda (*sign system/code*). Semiotik juga dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa, seluruh kebudayaan sebagai tanda (Sobur, 2006: 95).

Vanzoest (1996: 5) mengartikan semiotika sebagai ilmu tanda (*sign*) dan segala yang berhubungan dengannya; cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya. Dari beberapa pendapat tersebut, *semiotik* atau *semiologi*, secara umum dapat didefinisikan sebagai ilmu tentang tanda (*the study of signs*

and symbols) atau *a general philosophical theory dealing with the production of signs and symbols as part of code system which are used to communicate information* (Hamidi, 2010: 63).

Istilah “tanda” dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya dan dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Semiotika meliputi tanda-tanda visual dan verbal serta *tactile* dan *olfactory* (semua tanda atau sinyal yang bisa diakses dan bisa diterima oleh seluruh indera manusia) ketika tanda-tanda tersebut membentuk sistem kode yang secara sistematis menyampaikan informasi atau pesan secara tertulis di setiap kegiatan dan perilaku manusia (Hasan, 2011: 60).

Segala sesuatu dapat menjadi tanda. Tanda itu berada dimana-mana, kata atau kalimat adalah tanda. Demikian juga gerak isyarat, lampu lalu lintas, bendera, dan sebagainya. Bahkan bahasa Tuhan pun dapat dikatakan sebagai “tanda” (*al-ayat*), baik itu yang ada di alam (*al-kauniyah*) maupun tanda yang ada dalam kitab suci. Struktur karya sastra, struktur film, bangunan, *artefact*, nyanyian, mode pakaian, atau sejarah dapat dianggap sebagai tanda. Sehingga, menurut C. Sanders Peirce, “*kita hanya dapat berpikir dengan sarana tanda*” (Hidajat, 2006: 130).

Ada dua tokoh penting yang perlu dikenal ketika berbicara mengenai tanda dalam perspektif semiotika. Dua tokoh tersebut adalah *Ferdinand de Saussure* dan *Charles Sander Peirce*. Kedua tokoh ini meletakkan dasar pemikiran yang menjadi landasan pengembangan semiotika (Audifax, 2007:18). Secara garis besar, semiotik kemudian hari berkembang dalam dua muara besar: semiotika

signifikansi dan semiotika komunikasi (Sobur, 2004: vi). Aliran semiotika signifikansi dikembangkan berdasarkan teori-teori penanda dan petanda yang digagas oleh Ferdinand de Saussure.

Aliran semiotika ini memandang bahwa semiotika adalah *a science that studies the life of signs within society*. Menurut Saussure, tanda-tanda disusun dari dua elemen yang tidak terpisahkan, yaitu aspek citra tentang bunyi (semacam kata atau representasi visual) dan sebuah konsep di mana citra bunyi disandarkan. Elemen pertama disebut dengan penanda, sedangkan elemen yang kedua biasa disebut dengan petanda. Meskipun antara penanda dengan petanda tidak terpisahkan satu sama lain, hubungan antara keduanya bersifat *arbitrer* atau semena-mena, tidak mempunyai hubungan langsung yang bersifat alamiah (Hamidi, 2010: 63).

Aliran yang kedua yaitu semiotika komunikasi yang dikembangkan berdasarkan teori Charles Sander Peirce. Aliran semiotika komunikasi ini memandang bahwa semiotika merupakan *the study of patterned human behaviour in communication in all its modes*. Aliran ini memandang bahwa hubungan antara penanda dan petanda dapat dijelaskan melalui tiga hal, yakni keserupaan, sebab akibat, dan ikatan konvensional. Menurut Peirce, tanda-tanda berkaitan dengan objek-objek yang menyerupainya, disebut dengan “*icon*”, yang berkaitan dengan sebab akibat disebut dengan “*indeks*”, dan yang berkaitan dengan ikatan konvensional disebut dengan “*simbol*” (Hamidi, 2010: 64).

Analisis semiotika berupaya menemukan makna tanda termasuk hal-hal yang tersembunyi di balik sebuah tanda (teks, iklan, berita). Lebih jauh, analisis

semiotika berfungsi sebagai cara atau metode untuk menganalisis dan memberikan makna-makna terhadap lambang-lambang yang terdapat suatu paket lambang-lambang pesan atau teks.

Teks yang dimaksud dalam hubungan ini adalah segala bentuk serta sistem lambang baik yang terdapat pada media massa (televisi, media cetak, film, radio, iklan) maupun yang terdapat di luar media massa (karya lukis, patung, candi, fashion show, dan sebagainya). Dengan kata lain, pusat perhatian semiotika adalah pemaknaan terhadap lambang-lambang dalam teks (Pawito, 2007: 156).

Dengan mengamati tanda-tanda yang terdapat dalam sebuah teks (pesan) dapat diketahui ekspresi emosi dan kognisi pembuat teks atau pesan itu, baik secara denotatif, konotatif, maupun mitologis (Manning dan Cullum Swan dalam Sobur, 2004: 122). Metode semiotika tidak dipusatkan pada transmisi pesan, melainkan pada penurunan dan pertukaran makna.

Penekanannya terhadap teks dan interaksinya dalam memproduksi dan menerima suatu budaya, difokuskan pada peran komunikasi dalam memantapkan dan memelihara nilai-nilai dan bagaimana nilai-nilai tersebut memungkinkan komunikasi memiliki makna (Fiske, 2011: 148).

Penggunaan tanda secara lugas tidak hanya dimaknai apa adanya (denotatif), tetapi sebuah tanda pasti memiliki makna abstraksi yang tersembunyi, itulah yang disebut konotasi. Salah satu ilmuwan yang memfokuskan kerjanya pada makna konotasi adalah Roland Barthes. Buat Barthes, makna konotasi baru dapat bekerja jika sistem tanda melakukan proses signifikasi untuk yang kedua kalinya.

Proses konotasi dan metafora pada tanda memunculkan sebuah inovasi baru dalam ranah semiotika, karena pemaknaan yang awalnya dilekatkan pada tanda secara literal pada akhirnya berkelindan dengan metafora yang digunakan serta makna tersembunyi dari sebuah tanda (Hamid dan Budianto, 2011: 522)

Roland Barthes menggunakan istilah denotasi dan konotasi untuk menunjukkan tingkatan-tingkatan makna (Pawito, 2007: 163). Denotasi (*denotation*) adalah hubungan eksplisit antara tanda dengan referensi atau realitas dalam pertandaan, sedangkan konotasi (*connotation*) adalah aspek makna yang berkaitan dengan perasaan dan emosi serta nilai-nilai kebudayaan dan ideologi (Piliang, 2003: 16).

Lebih singkatnya, makna denotatif adalah makna asli, makna asal, atau makna sebenarnya yang dimiliki oleh sebuah *leksem* (makna yang ada dalam kamus). Sedangkan makna konotatif adalah makna lain yang “ditambahkan” pada makna denotatif yang berhubungan dengan nilai rasa dari orang atau kelompok orang yang menggunakan kata tersebut.

Berkenaan dengan makna konotasi ini, satu hal yang perlu diingat adalah bahwa konotasi sebuah kata bisa berbeda antara seseorang dengan orang, antara satu dengan daerah yang lain, atau antara satu masa dengan masa yang lain (Abdul Chaer, 1994: 292). merupakan sistem signifikansi tingkat pertama, sementara konotasi merupakan tingkat kedua.

Bagi Barthes, faktor penting dalam konotasi adalah penanda dalam tataran pertama. Penanda tataran pertama merupakan tanda konotasi. Untuk memahami makna, Barthes membuat sebuah model sistematis yang fokus

perhatiannya lebih tertuju kepada gagasan tentang signifikasi dua tahap (*twoorder of signification*). Menurut Barthes, signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda) di dalam sebuah tanda realitas eksternal.

Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yaitu makna paling nyata dari tanda. Konotasi adalah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembicara serta nilai-nilai dari kebudayaan.

Konotasi mempunyai makna yang *subyektif* atau paling tidak *intersubyektif*. Dengan kata lain, makna denotasi adalah apa yang telah digambarkan tanda terhadap sebuah obyek, sedangkan makna konotasi adalah bagaimana menggambarannya (Fiske, 1990: 88).

Pendekatan semiotika Roland Barthes pada signifikasi tahap kedua yang berhubungan dengan isi, secara khusus tertuju kepada sejenis tuturan yang disebutnya *mitos*.

Menurut Barthes, bahasa membutuhkan kondisi tertentu untuk dapat menjadi mitos, yaitu yang secara semiotis dicirikan oleh hadirnya sebuah tataran *signifikansi* yang disebut sebagai sistem *semiologis* tingkat kedua (Budiman, 2011: 38).

Makna konotatif dari beberapa tanda akan menjadi semacam mitos atau petunjuk mitos (yang menekankan makna-makna tersebut) sehingga dalam banyak hal (makna) konotasi menjadi perwujudan mitos yang sangat

berpengaruh (Berger, 2010: 65). Bila konotasi merupakan pemaknaan tatanan kedua dari penanda, mitos merupakan pemaknaan tatanan kedua dari petanda.

Roland Barthes menyebut mitos sebagai rangkaian konsep yang saling berkaitan. Mitos adalah sistem komunikasi, sebab ia membawakan pesan. Mitos tidak hanya berupa pesan yang disampaikan dalam bentuk *verbal* (kata lisan maupun tulisan), namun juga dalam berbagai bentuk lain atau campuran antara verbal dan nonverbal. Misalnya dalam bentuk film, lukisan, iklan, fotografi, dan komik (Sobur, 2003: 224).

Perspektif Barthes tentang mitos inilah yang membuka ranah baru dunia semiologi, yaitu penggalian lebih jauh dari penanda untuk mencapai mitos yang bekerja dalam realitas keseharian masyarakat. Mitos dieksploitasi sebagai media komunikasi, Barthes dalam buku *Mythologies* (1993) mengatakan bahwa sebagai bentuk simbol dalam komunikasi, mitos bukan hanya diciptakan dalam bentuk diskursus tertulis, melainkan sebagai produk sinema, fotografi, advertensi, olahraga, dan televisi (Sobur, 2003: 208).

Mitos dikaitkan dengan ideologi, maka seperti yang dikatakan Van Zoest, “ideologi dan mitologi di dalam kehidupan kita sama dengan kode-kode dalam perbuatan semiotis dan komunikasi kita”. Mitos adalah uraian *naratif* atau penuturan tentang sesuatu yang suci (*sacred*), yaitu kejadian-kejadian yang luar biasa, di luar dan mengatasi pengalaman manusia sehari-hari (Sobur, 2003: 209).

2. Kerangka Konsep

2.1. Pesan Dakwah

Kata “pesan” dalam bahasa Indonesia artinya adalah perintah, nasehat, permintaan, dan amanat yang disampaikan lewat orang lain (Suharsono dan Retnoningsih, 2012: 377).

Sementara itu kata “pesan” dapat diartikan sebagai apa yang disampaikan oleh sumber kepada penerima. Pesan disini merupakan seperangkat simbol verbal dan atau nonverbal yang memiliki perasaan, nilai, gagasan, maksud sumber tadi. Pesan itu sendiri memiliki tiga komponen yaitu makna simbol yang digunakan untuk menyampaikan makna dan bentuk, atau organisasi pesan (Ilaihi, 2010: 97).

Pesan disampaikan dalam bentuk simbol, baik verbal (lisan) atau nonverbal (non-lisan). Simbol lisan adalah kata-kata, sedangkan simbol nonverbal adalah apa yang di sampaikan dengan nada suara atau gerak fisik (gestures) seperti gerak mata, ekspresi wajah, menggapai tangan, memainkan jari-jemari atau sikap badan (postures) dan penampilan (appearance), atau isyarat, seperti membunyikan alat atau menunjukkan warna (Hidajat, 2006, 43).

Pesan yang dimaksud dalam komunikasi dakwah adalah yang disampaikan da'i kepada *mad'u*. Dalam istilah komunikasi pesan juga disebut dengan *message*, *conten*, atau *informasi*. Dalam literatur bahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu'al-dakwah*. Istilah ini lebih tepat dibanding dengan istilah “materi dakwah” yang diterjemahkan dalam bahasa arab menjadi *maddah al-da'wah*. Sebutan yang terakhir ini bisa menimbulkan kesalah pahaman sebagai logistik dakwah.

Istilah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah.

Berdasarkan penyampaiannya, pesan dakwah dapat disampaikan lewat tatap muka atau menggunakan sarana media (Ilaihi, 2010: 98).

Pesan dakwah merupakan isi pesan atau materi yang disampaikan *da'i* kepada *mad'u*. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri (Munir dan Ilaihi, 2006: 24). Lain halnya dengan Toto Tasmara, beliau berpendapat bahwa pesan dakwah ialah semua pernyataan yang bersumberkan Al-Qur'an dan Sunnah baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (risalah) tersebut (Tasmara, 1997: 43).

Sedangkan Ali Aziz dalam bukunya Ilmu Dakwah, menyatakan bahwa pesan dakwah merupakan isi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah (Aziz, 2009: 318).

Sementara itu Hafi Anshari (1993:146) menyatakan, bahwa pesan dakwah merupakan segala sesuatu yang harus disampaikan oleh subyek kepada obyek dakwah yaitu keseluruhan ajaran Islam. Al-Qur'an dan Hadits adalah sumber utama materi bagi pesan-pesan dakwah. Adapun jenis pesan dakwah meliputi 3 kelompok, akidah, akhlak dan syari'ah.


Pesan dakwah bersifat *netral*. Baik mengajak kepada kebaikan atau kemungkaran sama-saa berarti pesan dakwah. Iblis senantiasa berdakwah kepada anak cucu Adam agar menjauhi perintah Allah dan mendekati larangan -Nya. Sedangkan Nabi, Rasul, dan orang-orang yang beriman berdakwah mengajak kepada jalan Allah. Itulsh yang membedakan iblis dengan orang-orang beriman.

Pada prinsipnya, pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Alquran dan Hadits. Dalam kedua sumber tersebut tersedia materi dakwah yang komprehensif untuk pelaksanaan dakwah.

Nilai-nilai ajaran Islam juga tertuang dalam kedua sumber tersebut. Materi dakwah (*maddah ad da'wah*) adalah pesan-pesan dakwah Islam atau segala sesuatu yang harus disampaikan subjek kepada objek dakwah.

Hal ini harus diekspresikan melalui penyebarluasan agama Islam. Pesan atau materi dakwah harus disampaikan secara menarik dan tidak monoton sehingga merangsang objek dakwah untuk menerima dan mengamalkannya (Amin, 2009: 88).

2.2 Haji

Haji berasal dari Bahasa Arab :  (Hajj) adalah rukun (tiang agama) Islam yang kelima setelah mengucapkan dua kalimat syahadat, maka dengan syahadat, manusia memilih dan memutuskan bahwa ia hanya menomorsatukan Allah dan memomorduakan segala yang yang lain. Dengan shalat seseorang menyeimbangkan kembali eksistensi kemanusiannya, menatap kejernihan akalnya, kebersihan hatinya dan keteguhan mentalnya.

Dengan mengeluarkan zakat, seseorang membersihkan kepemilikan dunianya. Ia diajari bahwa sesuatu yang ia berikan itulah justru yang sungguh-sungguh miliknya dan puasa di bulan Ramadhan, seseorang berlatih mengelola cinta, kehendak, kepemilikan, dan lebih-lebih keserakahan.

Dan menunaikan ibadah haji adalah madu dari semuanya. Madu bukan makanan bukan pula minuman, melainkan berada diantara keduanya. Haji pun adalah titik *sublime* dari seluruh proses peribadatan dan tradisi perbuatan baik manusia, maka apakah haji seseorang *mabrur* atau tidak, jawaban pastinya di ditangan Allah, karena Dialah yang punya otoritas tunggal menerima atau menolak.

Haji adalah salah satu pilar terpenting dalam bangunan ajaran islam, bentuk ritual tahunan yang dilaksanakan kaum muslim sedunia yang mampu (material, fisik, dan keilmuan) dengan berkunjung dan melaksanakan beberapa kegiatan di beberapa tempat di Arab Saudi pada suatu waktu yang dikenal sebagai musim haji (bulan Zulhijah). Hal ini berbeda dengan ibadah umrah yang bisa dilaksanakan sewaktu-waktu.

Kegiatan inti ibadah haji dimulai pada tanggal 8 Zulhijah ketika umat Islam bermalam di Mina, wukuf (berdiam diri) di Padang Arafah pada tanggal 9 Zulhijah, dan berakhir setelah melempar jumrah (melempar batu simbolisasi setan) pada tanggal 10 Zulhijah, masyarakat Indonesia lazim juga menyebut hari raya Idul Adha sebagai Hari Raya Haji karena bersamaan dengan perayaan ibadah haji ini.

Secara *lughawi*, haji berarti menyengaja atau menuju, mengunjungi, atau berziarah. Menurut *etimologi* (bahasa) kata haji mempunyai arti *qashd*, yakni tujuan, maksud, dan menyengaja.

Menurut istilah syara', haji ialah menuju ke Baitullah dan tempat-tempat tertentu untuk memenuhi panggilan Allah dan mengharapkan ridha -Nya yang telah ditentukan syarat dan waktunya serta melaksanakan amalan-amalan ibadah tertentu pula. Yang dimaksud dengan tempat-tempat tertentu dalam definisi diatas, selain Ka'bah dan Mas'a (tempat sa'i), juga Arafah, Muzdalifah, dan Mina.

Yang dimaksud dengan waktu tertentu ialah bulan-bulan haji yang dimulai dari Syawal sampai sepuluh hari pertama bulan Zulhijah. Adapun amal ibadah tertentu ialah thawaf, sa'i, wukuf, mazbit di Muzdalifah, melontar jumrah, mabit di Mina, dan lain-lain.

Apabila seorang muslim menjalankan ibadah haji maka ia akan di beri gelar haji, haji adalah sebutan atau gelar untuk pria muslim yang telah berhasil menjalankan ibadah haji. Umum digunakan sebagai tambahan di depan nama dan sering disingkat dengan "H".

Dalam hal ini biasanya para Haji membubuhkan gelarnya dianggap oleh mayoritas masyarakat sebagai tauladan maupun contoh di daerah mereka. Bisa dikatakan sebagai guru atau panutan untuk memberikan contoh sikap secara lahiriah dan batiniah dalam segi Islam sehari-hari.

Hukum menunaikan ibadah haji adalah wajib bagi setiap muslim yang mampu dan berkewajiban itu hanya sekali seumur hidup. sebagaimana yang telah dilakukan oleh nabi Muhammad SAW yang terkenal dengan sebutan haji wada' pada tahun ke-10 hijriah. Apabila melakukannya lebih dari satu kali, maka haji

yang kedua dan seterusnya hukumnya sunnah. Adapun syarat-syarat wajib melakukan ibadah haji dan umrah adalah:

a) **Islam**, Beragama Islam merupakan syarat mutlak bagi orang yang akan melaksanakan ibadah haji dan umrah. Karena itu orang-orang kafir tidak mempunyai kewajiban haji dan umrah. Demikian pula orang yang murtad.

b) **Baligh**; Anak kecil tidak wajib haji dan umrah. Sebagaimana dikatakan oleh nabi Muhammad SAW: yang artinya “Kalam dibebaskan dari mencatat atas anak kecil sampai ia menjadi baligh, orang tidur sampai ia bangun, dan orang yang gila sampai ia sembuh.

c) **Berakal**, Orang yang tidak berakal, seperti orang gila, orang tolol juga tidak wajib haji.

d) **Merdeka**: Budak tidak wajib melakukan ibadah haji karena ia bertugas melakukan kewajiban yang dibebankan oleh tuannya. Padahal menunaikan ibadah haji memerlukan waktu. Disamping itu budak itu termasuk orang yang tidak mampu dari segi biaya, waktu dan lain-lain.

e) **Kemampuan (Isthitho'ah)**: Kemampuan yang dimaksud adalah kemampuan dalam hal kendaraan, bekal, pengongkosan, dan keamanan di dalam perjalanan.

Demikian pula kesehatan badan tentu saja bagi mereka yang dekat dengan makkah dan tempat-tempat sekitarnya yang bersangkutan paut dengan ibadah haji dan umrah, masalah kendaraan tidak menjadi soal. Dengan berjalan kaki pun bisa

dilakukan. Pengertian mampu, istitha'ah atau juga as-sabil (jalan, perjalanan), luas sekali, mencakup juga kemampuan untuk duduk di atas kendaraan, adanya minyak atau bahan bakar untuk kendaraan.

Adapun Rukun-rukun Ibadah Haji merupakan ketentuan-ketentuan / perbuatan-perbuatan yang wajib dikerjakan dalam ibadah haji apabila ditinggalkan, meskipun hanya salah satunya, ibadah haji atau umrahnya itu tidak sah. Adapun rukun-rukun haji dan umrah itu adalah sebagai berikut:

1) Ihram: Melaksanakan ihram disertai dengan niat ibadah haji dengan memakai pakaian ihram. Pakaian ihram untuk pria terdiri dari dua helai kain putih yang tak terjahit dan tidak bersambung semacam sarung. Dipakai satu helai untuk selendang panjang serta satu helai lainnya untuk kain panjang yang dililitkan sebagai penutup aurat. Sedangkan pakaian ihram untuk kaum wanita adalah berpakaian yang menutup aurat seperti halnya pakaian biasa (pakaian berjahit) dengan muka dan telapak tangan tetap terbuka.

2) Wukuf di Padang Arafah: Yakni menetap di Arafah, setelah condongnya matahari (ke arah Barat) jatuh pada hari ke-9 bulan dzulhijjah sampai terbit fajar pada hari penyembelihan kurban yakni tanggal 10 dzulhijjah.

3) Thawaf: Yang dimaksud dengan Thawaf adalah mengelilingi ka'bah sebanyak tujuh kali, dimulai dari tempat hajar aswad (batu hitam) tepat pada garis lantai yang berwarna coklat, dengan posisi ka'bah berada di sebelah kiri dirinya (kebalikan arah jarum jam).

Macam-macam Thawaf

- a. Thawaf Qudum yakni thawaf yang dilaksanakan saat baru tiba di Masjidil Haram dari negerinya.
- b. Thawaf Tamattu' yakni thawaf yang dikerjakan untuk mencari keutamaan (thawaf sunnah)
- c. Thawaf Wada' yakni thawaf yang dilaksanakan ketika akan meninggalkan Makkah menuju tempat tinggalnya.
- d. Thawaf Ifadha yakni thawaf yang dikerjakan setelah kembali dari wukuf di Arafah. Thawaf Ifadha merupakan salah satu rukun dalam ibadah haji 4) Sai antara Shafa dan Marwah

4. Sai adalah lari-lari kecil sebanyak tujuh kali dimulai dari bukit Shafa dan berakhir di bukit Marwah yang jaraknya sekitar 400 meter. Sai dilakukan untuk melestarikan pengalaman Hajar, ibunda Nabi Ismail yang mondar-mandir saat ia mencari air untuk dirinya dan putranya, karena usaha dan tawakalnya kepada Allah, akhirnya Allah memberinya nikmat berupa mengalirnya mata air zam-zam.

5) Tahallul adalah menghalalkan pada dirinya apa yang sebelumnya diharamkan bagi dirinya karena sedang ihram. Tahallul ditandai dengan memotong rambut kepala beberapa helai atau mencukurnya sampai habis (lebih afdol).

6) Tertib Berurutan: Sedangkan Rukun dalam umrah sama dengan haji yang membedakan adalah dalam umrah tidak terdapat wukuf.

Ditinjau dari cara pelaksanaannya, ibadah haji dibedakan dalam tiga jenis berdasarkan tata cara aturan pelaksanaannya, Setiap jamaah bebas untuk memilih jenis ibadah haji yang ingin dilaksanakannya. Diantaranya:

1. **Haji Ifrad**, berarti menyendiri. Pelaksanaan ibadah haji disebut ifrad bila seseorang bermaksud menyendirikan, baik menyendirikan haji maupun menyendirikan umrah. Dalam hal ini, yang didahulukan adalah ibadah haji. Artinya, ketika mengenakan pakaian ihram di miqat-nya, orang tersebut berniat melaksanakan ibadah haji dahulu. Apabila ibadah haji sudah selesai, maka orang tersebut mengenakan ihram kembali untuk melaksanakan umrah.
2. **Haji Tamattu'**, mempunyai arti bersenang-senang atau bersantai-santai dengan melakukan umrah terlebih dahulu di bulan-bulan haji, lain bertahallul. Kemudian mengenakan pakaian ihram lagi untuk melaksanakan ibadah haji, pada tahun yang sama. Tamattu' dapat juga berarti melaksanakan ibadah di dalam bulan-bulan serta di dalam tahun yang sama, tanpa terlebih dahulu pulang ke negeri asal.
3. **Haji Qiran**, mengandung arti menggabungkan, menyatukan atau menyekaliguskan. Yang dimaksud disini adalah menyatukan atau menyekaliguskan berhram untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah.

Haji qiran dilakukan dengan tetap berpakaian ihram sejak miqat makani dan melaksanakan semua rukun dan wajib haji sampai selesai, meskipun mungkin akan memakan waktu lama. Menurut Abu Hanifah, melaksanakan haji qiran, berarti melakukan dua thawaf dan dua sa'i.

Diadaptasi dari atau Al-Wajiz Ensiklopedi Fikih Islam dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah Ash-Shahihah, terj. Ma'ruf Abdul Jalil (Pustaka As-Sunnah), hlm. 503-504. Ibadah haji bisa batal disebabkan oleh salah satu dari kedua hal berikut:

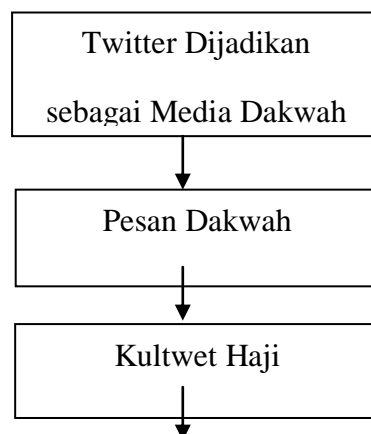
- a. Jima', senggama, bila dilakukan sebelum melontar jamrah 'aqabah. Adapun jima' yang dilakukan pasca melontar jamrah 'aqabah dan sebelum thawaf ifadhah, maka tidak dapat membatalkan ibadah haji, sekalipun yang bersangkutan berdosa.

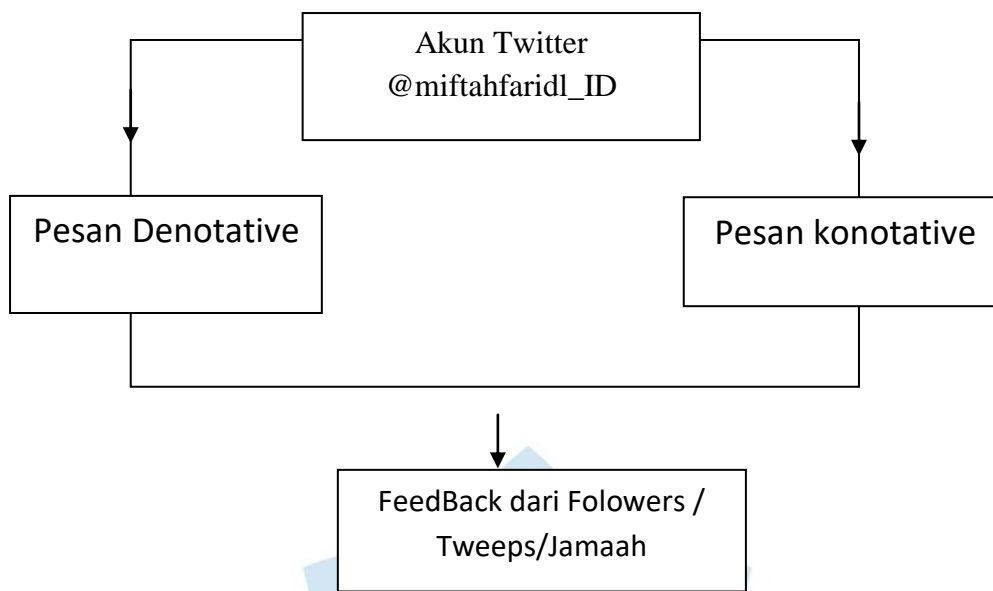
Namun sebagian di antara mereka berpandangan bahwa ibadah haji tidak bisa dianggap batal karena melakukan jima', sebab belum didapati dalil yang menegaskan kesimpulan ini.

- b. Meninggalkan salah satu rukun haji. Manakala ibadah haji kita batal disebabkan oleh salah satu dari dua sebab ini, maka pada tahun berikutnya masih diwajibkan menunaikan ibadah haji, bila mampu.

3. Kerangka Operasional

Berdasarkan teori dan konsep di atas maka kerangka operasionalnya adalah sebagai berikut:





Gambar 1: Kerangka Operasional