

ANALISIS SEMIOTIKA SOSIAL DALAM POSTER-POSTER RAMADAN

Nurma Hardiyanti dan Aprillia Firmonasari

Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada

E-mail: nurmahardiyanti@gmail.com & aprillia@ugm.ac.id

ABSTRAK. Poster-poster Ramadan di Kampung Kuningan terdiri atas tulisan dan gambar yang memiliki maksud tertentu dan berkaitan dengan kehidupan sosial masyarakat sehingga proses pemaknaan terhadap poster tersebut perlu dikaitkan dengan konteks sosial yang ada dalam masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan makna dan pesan yang terdapat dalam poster-poster Ramadan di Kampung Kuningan dengan perspektif semiotika sosial M.A.K. Halliday (1978). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Data berupa tulisan dan gambar yang ada dalam poster-poster Ramadan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyimak, memotret poster-poster Ramadan, lalu mencatat data. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan teori Semiotika Sosial dari M. A. K. Halliday (1978). Metode penyajian hasil analisis data dilakukan dengan metode informal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tulisan-tulisan dan gambar yang terdapat dalam poster-poster Ramadan tersebut berhasil merepresentasikan bulan Ramadan sebagai bulan istimewa yang penuh dengan keberkahan dan kebaikan. Hal ini terbukti dengan penggunaan berbagai kalimat di dalam poster Ramadan yang mengingatkan masyarakat agar selalu melakukan kebaikan selama bulan Ramadan. Selain itu, poster-poster Ramadan juga memuat gambar-gambar yang dapat membantu masyarakat untuk dapat memaknai pesan atau hal yang dimaksud oleh pembuat poster secara lebih detail.

Kata kunci: poster Ramadan; semiotika sosial; makna tanda; teks dan konteks; Halliday

SOCIAL SEMIOTICS ANALYSIS IN RAMADAN POSTERS

ABSTRACT. Ramadan posters in Kuningan Village consist of text and images that have certain intentions and are related to the social life of the community so the meaning process of the posters needs to be associated with the social context that exists in the community. This research aims to describe the meaning and message contained in Ramadan posters in Kuningan Village with the perspective of social semiotics from M.A.K Halliday (1978). The research method used in this research is descriptive qualitative method. The data consisted of text and images in the Ramadan posters. Data collection is done by observing, taking pictures of Ramadan posters, then taking notes. The data is analyzed using the theory of Social Semiotics from M. A. K Halliday (1978). The method of describing the results of data analysis is done by informal method. The results showed that the texts and images contained in the Ramadan posters successfully represented the month of Ramadan as a special month full of blessings and goodness. This is proven by the use of various sentences in the Ramadan posters that remind people to always do good during the month of Ramadan. In addition, Ramadan posters also contain images that can help people to be able to interpret the message that the poster maker wants to convey in more detail.

Keywords: Ramadan posters; social semiotics; meaning of signs; text and context; Halliday

PENDAHULUAN

Momen bulan Ramadan sering digunakan oleh masyarakat untuk melakukan berbagai amalan kebaikan, seperti mengingatkan sesama muslim untuk giat beribadah. Ada berbagai cara untuk mengingatkan sesama muslim agar giat beribadah di bulan Ramadan. Hal tersebut bisa dilakukan secara lisan dan bisa juga dilakukan dengan media tulisan. Salah satu contoh media tulisan yang dapat digunakan untuk mengingatkan masyarakat agar melakukan sesuatu adalah poster. Upaya untuk mengingatkan sesama muslim agar melakukan kebaikan dan menjauhi keburukan dengan menggunakan media tertulis seperti poster merupakan sebuah amalan kebaikan. Poster merupakan contoh media tertulis yang sering dipakai untuk menginformasikan sesuatu kepada masyarakat. Menurut KBBI V, poster adalah plakat yang dipasang di tempat umum (berupa pengumuman

atau iklan) (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2023). Poster dapat digunakan untuk menginformasikan berbagai hal, seperti informasi seputar kesehatan, pendidikan, dan pariwisata.

Selain itu, ada juga poster keagamaan yang berisi perintah, anjuran, larangan, atau nasehat untuk melakukan sesuatu, seperti poster-poster yang ditempel ketika bulan Ramadan. Di momen bulan Ramadan sering dijumpai poster-poster keagamaan di berbagai tempat. Poster-poster itu dapat ditemukan di pinggir jalan raya, tempat-tempat publik, dan bahkan dapat ditemukan di desa atau kampung. Poster-poster tersebut tertempel di tiang-tiang listrik atau tembok kampung dan berisi ucapan selamat menunaikan ibadah, anjuran, dan larangan untuk melakukan sesuatu. Contohnya, di Kampung Kuningan pengurus masjid Kampung Kuningan selalu membuat poster-poster Ramadan yang unik dan menarik setiap bulan Ramadan.

Di dalam poster-poster tersebut terdapat berbagai tulisan dan gambar-gambar yang memiliki makna mendalam dan berkaitan dengan kehidupan sosial budaya masyarakat. Apabila seseorang hanya sekedar membaca atau melihat poster secara sekilas, maka bisa saja dia tidak dapat menangkap maksud atau pesan tersembunyi yang ingin disampaikan melalui tulisan dan gambar yang ada di dalam poster. Tulisan dan juga gambar-gambar yang ada di dalam poster tersebut merupakan tanda-tanda yang memiliki maksud tertentu. Untuk dapat memaknai tulisan dan gambar dalam poster tersebut secara lebih mendalam, seseorang tidak dapat melakukan pengamatan dan pembacaan poster secara sekilas saja, tetapi ia perlu menelaah dan menganalisis tulisan dan gambar dalam poster dan mengkaitkannya dengan kehidupan sosial masyarakat di sekitarnya. Oleh karena itu, apabila seseorang ingin memahami maksud yang ingin disampaikan penulis poster secara lebih tepat dan mendalam dibutuhkan ilmu yang dapat memaknai tanda dan hubungannya dengan konteks sosial masyarakat. Ilmu yang mengkaji tanda-tanda dan lambang-lambang, seperti tanda-tanda rambu lalu lintas, disebut dengan semiotika (Kridalaksana, 2008:218-219). Saussure menyebut ilmu yang mempelajari tentang tanda-tanda dalam kehidupan masyarakat ini sebagai semiologi (Saussure, 1959). Semiologi ini adalah istilah yang sering dipakai di Eropa, sedangkan semiotika merupakan istilah yang sering dipakai di Amerika. Kedua istilah tersebut sama-sama mempelajari tentang makna tanda.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini untuk memaknai tanda yang terdapat dalam poster-poster Ramadan tersebut yaitu teori semiotika sosial dari M. A. K. Halliday (1978). Teori semiotika sosial dipilih karena tulisan dan gambar di dalam poster-poster Ramadan di Kampung Kuningan memiliki makna atau maksud tertentu dan memiliki kaitan erat dengan kehidupan sosial masyarakat sehingga proses pemaknaan terhadap poster Ramadan tersebut perlu dikaitkan dengan konteks sosial yang ada dalam masyarakat. Semiotika sosial adalah kajian bahasa dengan pendekatan yang menekankan pada konteks sosial atau berkaitan dengan makna dalam konteks. Halliday menjelaskan bahwa pemaknaan terhadap suatu teks selalu berkaitan dengan konteks sosial yang terjadi. Ia menggunakan tiga kerangka konseptual untuk membantu menafsirkan konteks sosial yang ada pada suatu teks. Tiga kerangka konseptual tersebut yaitu *field*, *tenor*, dan *mode* (Halliday, 1978:110). Ketiga konsep tersebut menjadi unsur penting untuk menafsirkan teks secara kontekstual.

Field berarti 'medan atau tema wacana', *tenor* berarti 'pelibat dalam wacana', dan *mode* berarti

'sarana yang digunakan dalam wacana'. Medan dalam wacana (*field*) adalah hal yang sedang terjadi atau tema peristiwa. Pelibat dalam wacana (*tenor*) adalah orang-orang yang terlibat atau orang-orang yang berperan dalam suatu peristiwa. Sarana yang digunakan dalam wacana (*mode*) ialah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, tulisan/teks yang digunakan, dan peranannya dalam konteks. Setiap tanda memiliki tiga fungsi yaitu fungsi ideasional (makna pengalaman), fungsi interpersonal (makna antarpelibat), dan fungsi tekstual (makna tekstual) (Halliday & Hasan, 1994:16). Berikut ini adalah tabel yang menyatakan hubungan antara teks dengan konteks situasi.

Tabel 1. Hubungan antara teks dengan konteks situasi

SITUASI: Ciri konteks	(diungkap-kan oleh)	TEKS: Unsur fundamental sistem semantik
Medan wacana (hal yang berlangsung)		Makna pengalaman (transitivitas, penamaan, dll.)
Pelibat wacana (orang yang mengambil bagian)		Makna antarpelibat (modus, modalitas, persona, dll.)
Sarana wacana (peran yang diberikan kepada bahasa)		Makna tekstual (tema, informasi, hubungan kohesif)

Sumber: (Halliday & Hasan, 1994:36)

Ada beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan teori semiotika Halliday dan ada pula beberapa penelitian yang membahas iklan dan poster melalui kajian semiotika. Ada penelitian Uniawati (2014) dan Nugroho & Sulistyowati (2021) yang menggunakan teori semiotika sosial Halliday. Uniawati membahas pamali perahu dalam masyarakat Bajo. Nugroho dan Sulistyowati mendeskripsikan makna penggunaan tanda tagar di instagram. Penelitian-penelitian terdahulu yang membahas tentang poster dan iklan yaitu Feriansyah (2022), Shalekhah & Martadi (2021), Suwarno (2014), Tamara (2020), Indah dkk. (2017), Dessiliona dkk. (2019), Zakiah dkk. (2021), dan Soemantri & Machdalena (2020).

Ada penelitian tentang poster yang menggunakan perspektif teori Charles Sanders Peirce yaitu Suwarno (2014) yang membahas tanda dan maknanya dalam poster kajian @yukngajiid, Zakiah dkk. (2021) yang membahas cara wanita direpresentasikan dalam poster iklan Downy, dan Feriansyah (2022) yang membahas representasi religiusitas dalam poster film *99 Cahaya di Langit Eropa*. Ada pula penelitian tentang poster dan iklan yang menggunakan perspektif teori Roland Barthes yaitu Shalekhah & Martadi (2021) yang

membahas makna tanda dalam poster film *Parasite*, Tamara (2020) yang membahas makna dan ideologi yang ada dalam poster Unicef, Indah dkk. (2017) yang membahas representasi kecantikan tubuh perempuan dalam iklan produk kecantikan, dan Dessiliona dkk. (2019) membahas tentang representasi kecantikan perempuan Jerman dalam iklan *Nivea*. Sementara itu, Soemantri & Machdalena (2020) meneliti poster bertema laut dengan perspektif Saussure dan Peirce. Apabila penelitian-penelitian terdahulu terhadap poster banyak menggunakan perspektif teori semiotika Saussure, Sanders Peirce, dan Roland Barthes, penelitian ini mendeskripsikan pesan atau maksud yang termuat dalam poster dengan menggunakan perspektif yang berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan makna dan pesan yang terdapat dalam poster-poster Ramadan di Kampung Kuningan dengan perspektif semiotika sosial M.A.K Halliday.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan bersifat deskriptif. Penelitian ini dilakukan melalui tiga tahapan yaitu 1) pengumpulan data, 2) analisis data, dan 3) penyajian data. Data dalam penelitian ini berupa tulisan dan gambar yang ada dalam poster-poster Ramadan di Kampung Kuningan, Caturtunggal, Depok, Sleman. Lokasi penelitian ini dipilih karena poster-poster Ramadan di daerah tersebut memiliki pesan-pesan tertentu yang berhubungan dengan kehidupan sosial masyarakat sehingga diperlukan proses pemaknaan secara lebih detail dan mendalam agar para pembaca poster dapat memahami maksud/pesan yang ingin disampaikan oleh si pembuat poster. Hal itu dapat dilakukan dengan cara menganalisis makna tanda dan makna tulisan di dalam poster Ramadan dengan teori semiotika sosial serta menghubungkannya dengan konteks sosial budaya masyarakat tersebut.

Tahapan pertama dalam penelitian ini adalah tahap pengumpulan data. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyimak dan memotret poster-poster yang ditempelkan pada tiang listrik atau tembok rumah warga yang berada di wilayah Kampung Kuningan kemudian data tersebut dicatat di dalam kartu data. Jumlah poster yang digunakan sebagai data penelitian ini adalah empat poster Ramadan. Setelah itu, tahap kedua adalah analisis data. Data-data yang sudah dikumpulkan lalu dianalisis dengan teori semiotika sosial Halliday. Analisis tersebut dilakukan dengan cara mencari tiga unsur penting dalam wacana poster Ramadan yang dapat digunakan untuk memaknai teks secara kontekstual yaitu menganalisis *field* atau tema

wacana, *tenor* atau orang yang terlibat dalam wacana, dan *mode* atau sarana yang digunakan dalam wacana. Analisis berikutnya yaitu mencari fungsi ideasional (makna pengalaman), fungsi interpersonal (makna antarpelibat), dan fungsi tekstual (makna teks) dalam wacana poster Ramadan tersebut. Tahapan ketiga dalam penelitian ini atau tahapan terakhir penelitian yaitu tahap penyajian hasil analisis data. Penyajian hasil analisis data dilakukan dengan metode penyajian informal. Metode penyajian informal adalah metode penyajian hasil analisis data dengan kata-kata, walaupun menggunakan terminologi yang bersifat teknis (Sudaryanto, 2015:241). Hasil analisis data akan disajikan dalam bentuk uraian-uraian kalimat atau penjelasan secara deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Poster-poster Ramadan yang ditempelkan di area publik seperti pinggir jalan, tiang-tiang listrik, tempok-tembok rumah berisi berbagai informasi, seperti ucapan selamat menunaikan ibadah Ramadan, anjuran, perintah, dan larangan untuk melakukan sesuatu. Di dalam poster tersebut terdapat berbagai tulisan dan gambar yang dapat dimaknai secara lebih mendalam dengan teori semiotika sosial yang memaknai teks sesuai dengan konteks situasi sosial yang ada dalam masyarakat tersebut. Berikut ini adalah analisis makna tanda yang terdapat dalam poster-poster Ramadan dengan menggunakan teori semiotika sosial Halliday.



(Sumber: Dokumen pribadi penulis, 2023)

Gambar 1. Poster tentang Ibadah Puasa

Di dalam Gambar 1, ada tiga unsur penting yang dapat digunakan untuk memaknai teks secara kontekstual yaitu medan, pelibat dalam wacana, dan sarana yang digunakan dalam wacana. *Field*

atau tema wacana dalam poster tersebut ialah puasa Ramadan bukan saja tidak boleh makan dan minum, tetapi juga ada pilihan lain yang harus dilakukan dan hal yang harus dihindari agar puasa tidak sia-sia. *Tenor* atau orang yang terlibat dalam poster tersebut adalah seorang anak berbaju koko putih, berpeci, mengenakan sandal jepit, tersenyum, mengedipkan satu mata, ia sedang berdiri dengan satu tangan disembunyikan di belakang badan dan satu tangan mengacungkan jari telunjuk. Gesture mengacungkan telunjuk ini berarti ia sedang memperingatkan. Di atas gambar anak laki-laki itu ada gambar burger dan gelas minuman yang diberi tanda silang merah. Kemudian, di samping gambar anak laki-laki itu ada gambar-gambar lain. Ada anak laki-laki berbaju koko putih dan perempuan berbaju gamis hijau, berjilbab, dan bercadar. Mereka saling membelakangi. Ada dua orang anak laki-laki, salah satu anak sedang berbisik pada temannya dengan gestur waspada (takut ada yang mendengar) dan salah satu anak mendengar dengan ekspresi takut-takut, serta di samping gambar tersebut ada tanda silang merah. Di bagian bawah poster, ada gambar tiga anak laki-laki, salah satu anak sedang memakan sesuatu dan dua anak laki-laki yang lainnya sedang berdiri di belakangnya. Dua anak tersebut sedang mengumpati anak di depannya yang makan saat puasa, di samping gambar tersebut juga ada tanda silang. Selain itu, ada gambar kepala anak laki yang berpeci putih di bagian bawah poster, ia membuka mulut dan memberikan seruan ajakan untuk menjalankan ibadah dengan penuh ketaqwaan. *Mode* (sarana) dalam Gambar 1 tersebut yaitu adanya pesan yang disampaikan secara tertulis dalam poster, seperti *puasa bukan saja tidak boleh makan dan minum, tetapi....* Dalam poster tersebut, tulisan *PUASA* ditulis dengan huruf kapital, cetak tebal, dan tulisan itu diblock dengan warna coklat. Tulisan *tetapi* dalam poster tersebut juga dicetak tebal. Selain itu, ada tulisan *kita juga mesti menjaga pandangan..., jaga telinga, dan jaga lidah dari mengumpat supaya puasa kita tidak sia-sia*. Semua tulisan tersebut dicetak dengan huruf tebal. Ada juga hadist "*berapa banyak orang yang berpuasa, tetapi dia tidak mendapat apa-apa dari puasanya kecuali hanya lapar dan dahaga (HR. An Nasai & Ibnu Majah)*". Tulisan terakhir dalam poster tersebut yaitu kalimat seruan *mari kita laksanakan ibadah puasa Ramadan dengan penuh keimanan dan taqwa*. Hadist dan juga kalimat seruan ditulis dengan ukuran font yang lebih kecil, tidak dicetak tebal, atau miring.

Setiap tanda di dalam poster tersebut memiliki fungsinya masing-masing. Fungsi ideasional (makna pengalaman) dalam Gambar tersebut adalah poster tersebut dibuat karena adanya kebiasaan-kebiasaan

buruk dalam kehidupan sosial masyarakat yaitu masyarakat yang sering bergosip, mengumpat, dan tidak menjaga pandangan, baik ketika mereka menjalankan aktivitas sehari-hari maupun ketika mereka sedang menjalankan ibadah puasa. Fungsi interpersonal (makna antarpelibat) dalam poster tersebut seorang anak berbaju koko putih, berpeci, tersenyum, dan ia sedang berdiri dengan satu tangan mengacungkan jari telunjuk. Gerakan mengacungkan telunjuk ini berarti ia sedang memberi peringatan bahwa puasa tidak hanya menahan lapar dan haus, seperti yang diilustrasikan dalam gambar burger dan gelas minuman yang diberi tanda silang merah, berarti tidak boleh dilakukan, tetapi juga ada tindakan lain yang perlu dilakukan dan dihindari selama puasa. Hal ini ditunjukkan dengan gambar-gambar aktivitas orang di dalam poster tersebut. Ada perempuan dan laki-laki yang saling membelakangi ini bermakna bahwa masyarakat seharusnya melakukan perbuatan seperti yang ditunjukkan dalam gambar poster tersebut yaitu menjaga pandangan dari lawan jenis selama puasa. Ada pula dua orang anak, salah satu sedang berbisik pada temannya dengan gestur takut ada yang mendengar lalu anak yang lain mendengar dengan ekspresi cemas, di samping gambar anak ada tanda silang merah. Hal itu dapat dimaknai bahwa perbuatan berbisik-bisik untuk membicarakan orang seperti gambar tersebut tidak boleh dilakukan apabila seseorang dalam kondisi sedang berpuasa. Selain itu, ada anak laki-laki yang sedang memakan sesuatu dan dua anak laki-laki di belakangnya sedang mengumpatinya karena makan saat puasa. Di samping gambar tersebut juga ada tanda silang yang dapat dimaknai bahwa hal tersebut tidak boleh dilakukan saat berpuasa karena perbuatan mengatai orang lain adalah dosa. Keseluruhan aktivitas yang ditunjukkan orang-orang dalam poster tersebut berfungsi untuk mengajak dan mengingatkan seluruh masyarakat agar selama berpuasa tidak melakukan hal-hal yang dapat membuat puasa menjadi sia-sia.

Fungsi tekstual (makna teks) dalam poster tersebut yaitu tulisan *puasa bukan saja tidak boleh makan dan minum, tetapi...* menunjukkan bahwa topik utama yang dibicarakan dalam poster ialah puasa tidak hanya menahan haus dan lapar melainkan juga ada hal lain yang harus dilakukan dan yang harus dihindari selama berpuasa. Tulisan *PUASA* ditulis kapital, cetak tebal, dan diblock dengan warna coklat. Hal ini menunjukkan bahwa puasa adalah tema yang dibicarakan dalam poster dan hal penting yang menjadi fokus utama dalam poster tersebut. Tulisan *tetapi* dicetak tebal dalam poster tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa ada pilihan yang dapat dilakukan masyarakat selama berpuasa dan hal-hal

yang tidak dapat dilakukan selama berpuasa. Tulisan *kita juga mesti menjaga pandangan...., jaga telinga, dan jaga lidah dari mengumpat supaya puasa kita tidak sia-sia* dicetak dengan huruf tebal. Semua tulisan tersebut adalah pilihan tindakan yang boleh dan tidak boleh dilakukan selama puasa Ramadan. Huruf dicetak tebal untuk menegaskan bahwa hal-hal tersebut adalah bagian penting atau pesan penting yang ingin disampaikan kepada masyarakat. Hadist dan juga kalimat seruan yang ditulis di bagian bawah poster dengan ukuran font yang lebih kecil menunjukkan bahwa bagian tersebut merupakan unsur pendukung yang berfungsi mendukung maksud dan melengkapi pesan teks yang telah disampaikan sebelumnya.



(Sumber: Dokumen pribadi penulis, 2023)

Gambar 2. Poster Ucapan Selamat Puasa

Di dalam Gambar 2, ada tiga unsur penting yang dapat digunakan untuk memaknai teks sesuai dengan konteksnya yaitu *field*, *tenor*, *mode*. *Field* atau tema wacana dalam Gambar 2 ialah ibadah puasa di bulan Ramadan yang dapat dijalankan dengan tenang karena tidak akan ada gangguan dari setan/jin. Setan selama bulan Ramadan akan dibelenggu dan tidak dapat mengganggu manusia. *Tenor* atau orang yang terlibat dalam poster tersebut adalah setan merah yang tangan, ekor, dan kakinya diborgol, tangan setan itu diborgol ke atas, ekor dan kakinya diborgol dengan penahan berat berbentuk bola sebanyak tiga buah. Setan merah tersebut menunjukkan gesture berteriak, memejamkan mata, dan menangis. Di dalam poster tersebut juga ada seorang laki-laki berbaju koko biru, berpeci hitam, dan memakai sarung sedang berdiri dengan mengacungkan jempol tangan dan tersenyum. Satu mata laki-laki tersebut berkedip. Salah satu kaki dari anak tersebut diletakkan di atas bola

penahan borgol kaki setan merah. *Mode* atau sarana yang digunakan di dalam poster tersebut yaitu tulisan *selamat menunaikan ibadah puasa dengan tenang*. Tulisan *selamat menunaikan* di poster tersebut ditulis dengan warna hitam dan tidak ditulis dengan huruf kapital, cetak miring, atau cetak tebal. Hal ini berbeda dengan dua frasa setelahnya yaitu *IBADAH PUASA* dan *dengan tenang*. Frasa *IBADAH PUASA* dalam poster tersebut ditulis dengan huruf kapital dan ditulis dengan menggunakan warna merah. Frasa *dengan tenang* dalam poster tersebut ditulis cetak tebal.

Setiap tanda di dalam Gambar 2 di atas memiliki fungsinya masing-masing. Fungsi ideasional (makna pengalaman) dalam poster tersebut yaitu bulan Ramadan oleh masyarakat diketahui sebagai bulan penuh berkah. Salah satu keberkahan dari bulan itu adalah setan-setan dibelenggu oleh Allah sehingga tidak dapat mengganggu manusia. Apabila dalam kehidupan sehari-hari manusia banyak terjerumus dan tergoda bisikan setan sehingga melakukan banyak dosa, bulan Ramadan manusia bisa tenang dan tidak terganggu. Hal inilah yang melatarbelakangi munculnya poster ucapan selamat menunaikan ibadah puasa dengan tenang karena manusia tidak perlu khawatir melakukan banyak kesalahan dan terjerumus ke jalan yang sesat. Fungsi interpersonal (makna antarpelibat) dalam Gambar 2 tersebut yaitu gambar setan merah bertanduk yang diborgol tersebut menunjukkan bahwa dalam konteks bulan Ramadan setan tersebut dibelenggu oleh Allah sehingga tidak dapat mengganggu umat manusia untuk menjalankan ibadah puasa Ramadan. Setan yang diberi warna merah menunjukkan bahwa setan tersebut adalah sosok yang jahat dan sosok makhluk gaib yang dapat menggoda dan membisikkan sesuatu kepada manusia sehingga manusia banyak melakukan kesalahan. Di dalam poster tersebut setan merah menunjukkan gesture berteriak dan menangis karena diborgol. Hal ini menunjukkan bahwa setan tersebut bersedih karena tidak dapat melakukan misi yang biasa ia lakukan sehari-hari yakni mengganggu anak-cucu Adam (umat manusia) dan menjerumuskan ke jalan yang salah atau sesat. Anak laki-laki dalam poster tersebut terlihat sedang berdiri dengan satu kaki di atas bola penahan borgol setan merah. Ia menunjukkan raut wajah tersenyum bahagia, mengedipkan mata, dan mengacungkan jempol seakan-akan menunjukkan bahwa dia berhasil mengalahkan setan merah. Gesture anak lelaki tersebut menunjukkan bahwa dia, selaku muslim, tidak khawatir terhadap setan pengganggu di bulan Ramadan karena setan tersebut

oleh Allah dibelenggu agar tidak dapat mengganggu manusia sehingga ia dapat menjalankan ibadah dengan tenang. Selain bulan Ramadan setan dapat menang karena berhasil menggoda manusia untuk berbuat salah dan menjerumuskan manusia ke jalan sesat. Namun, selama bulan Ramadan manusia, seperti yang telah ditunjukkan melalui gesture anak laki-laki dalam poster tersebut, dapat lebih tenang dan menang karena bisa beribadah tanpa gangguan setan.

Fungsi tekstual (makna teks) dalam Gambar 2 tersebut yaitu *tulisan selamat menunaikan* di poster tersebut ditulis dengan warna hitam dan tidak ditulis dengan huruf kapital, cetak miring, atau cetak tebal. Hal ini menunjukkan bahwa ucapan *selamat menunaikan* bukan bagian yang menjadi fokus utama dalam poster tersebut. Sementara itu, frasa *IBADAH PUASA* dalam poster tersebut ditulis dengan huruf kapital dan ditulis dengan menggunakan warna merah. Hal ini menunjukkan bahwa dalam poster tersebut ibadah puasa adalah hal yang menjadi fokus pembicaraan. Warna merah untuk tulisan frasa tersebut dapat mempertegas maksud yang ingin disampaikan. Frasa *dengan tenang* dalam poster tersebut ditulis cetak tebal. Hal ini menunjukkan bahwa bagian tersebut juga merupakan bagian penting yang ingin disampaikan dan menjadi pendukung dari frasa sebelumnya yaitu *IBADAH PUASA*. Apabila kedua frasa terakhir digabungkan, maksud dari poster tersebut atau makna yang didapat sesuai konteks adalah ibadah puasa dapat dijalankan dengan tenang karena selama bulan Ramadan semua setan dan jin dibelenggu dan tidak dapat mengganggu umat manusia.



(Sumber: Dokumen pribadi penulis, 2023)

Gambar 3. Poster Ajakan Mengaji

Di dalam Gambar 3, ada tiga unsur penting yang dapat digunakan untuk memaknai teks sesuai dengan konteksnya yaitu medan atau tema wacana, pelibat dalam wacana, dan sarana yang digunakan dalam wacana. *Field* atau tema wacana dari poster tersebut yaitu bulan Ramadan yang penuh berkah baik digunakan untuk memperbanyak ibadah, khususnya ngaji atau membaca Al-Qur'an. *Tenor* atau orang-orang yang terlibat dalam poster tersebut yaitu anak-anak yang terlihat sedang mengaji dan membawa Al-Qur'an. Anak perempuan berbaju gamis putih berjibab sedang membaca Al-Qur'an sendiri di pojokan. Ada pula seorang anak yang sedang belajar membaca Al-Qur'an bersama dengan gurunya. Ada juga anak laki-laki berbaju hijau yang sedang membaca Al-Qur'an dan anak laki-laki di depannya menyimak. Mereka membaca Al-Qur'an di dalam masjid. Hal ini dapat terlihat dari adanya dua buah menara masjid di kanan-kiri anak-anak tersebut. *Mode* atau sarana yang digunakan dalam wacana poster itu adalah tulisan *Ramadhan bulan penuh berkah perbanyak ibadah*. *Ramadhan* ditulis di bagian atas poster dengan ukuran tulisan cukup besar dan dengan warna terang yakni kuning. *Bulan penuh berkah perbanyak ibadah* juga ditulis dengan warna terang yaitu biru. Selain itu, ada juga salah satu riwayat hadist yaitu "*Barang siapa menempuh satu jalan untuk mendapatkan ilmu, maka Allah mudahkan baginya jalan menuju surga (HR. Muslim No. 2699)*". Tulisan hadist tersebut ditulis di bagian tengah-tengah poster. Tulisan terakhir dalam poster tersebut yaitu *Ayo ngaji*. Tulisan *ayo* ditulis dengan ukuran font kecil, tetapi dengan warna yang mencolok yaitu kuning, sedangkan tulisan *ngaji* ditulis dengan ukuran font paling besar diantara semua tulisan yang ada di dalam poster.

Setiap tanda di dalam poster 3 di atas memiliki fungsinya masing-masing. Fungsi ideasional (makna pengalaman) yaitu kebiasaan masyarakat yang sering melewatkan momen bulan Ramadan yang penuh berkah dengan melakukan hal yang tidak bermanfaat, seperti bergosip, bermain game seharian, dan bermalasan-malasan menjadi alasan munculnya poster dengan pesan ajakan mengaji seperti dalam poster 3. Pengalaman yang dialami dalam kehidupan bermasyarakat tersebut membuat munculnya poster berisi ajakan untuk mengaji dan mencari ilmu melalui ajaran-ajaran yang ada di dalam Al-Qur'an. Fungsi interpersonal (makna antarpelibat) di dalam poster tersebut ialah aktivitas anak-anak dan orang dalam poster tersebut menunjukkan aktivitas mengaji yang dianjurkan dilakukan di bulan Ramadan yang penuh berkah. Aktivitas mengaji atau membaca Al-Qur'an dapat dilakukan secara individu, seperti yang

dilakukan oleh seorang anak perempuan berjilbab putih dan boleh dilakukan secara kolektif, seperti yang dilakukan seorang anak berjilbab orange yang sedang belajar dengan gurunya yang memakai jilbab merah. Aktivitas mengaji dapat dilakukan dengan cara menyimak bacaan Al-Qur'an seseorang dan mengoreksi ketika bacaannya salah, seperti yang dilakukan oleh anak laki-laki berbaju hijau yang sedang membaca Al-Qur'an dan anak laki-laki berbaju putih di depannya yang sedang menyimak bacaannya. Keseluruhan aktivitas mengaji tersebut akan lebih baik apabila dilakukan di masjid secara bersama-sama.

Fungsi tekstual (makna teks) dalam poster tersebut yaitu tulisan *Ramadan bulan penuh berkah* merupakan ide pokok dalam poster tersebut. *Ramadan* ditulis dengan ukuran font cukup besar dan dengan warna terang yakni kuning. Hal ini menunjukkan bahwa konteks situasi dalam poster tersebut adalah bulan Ramadan. Warna kuning yang dipilih menunjukkan bahwa *Ramadan* adalah hal yang menjadi topik sehingga harus diberi warna mencolok atau warna terang agar dapat menarik perhatian pembaca. *Bulan penuh berkah* *perbanyak ibadah* juga ditulis dengan warna terang yaitu biru. Pemilihan warna terang ini bertujuan agar tulisan tersebut lebih menarik minat pembaca. Selain itu, ada juga salah satu riwayat hadist yaitu "*Barang siapa menempuh satu jalan untuk mendapatkan ilmu, maka Allah mudahkan baginya jalan menuju surga (HR. Muslim No. 2699)*". Hadist yang ditulis di bagian tengah-tengah poster itu berfungsi untuk memperkuat pernyataan di atasnya yaitu *Ramadan bulan penuh berkah* *perbanyak ibadah* dan sekaligus menjadi kalimat yang dapat menjadi alasan atau pemicu seseorang muslim untuk melakukan hal yang dianjurkan/ditulis di bawah hadist tersebut yaitu *ayo mengaji*. Imbalan surga, seperti yang dijelaskan dalam hadist, tentu menjadi strategi agar dapat menarik minat seorang muslim untuk melakukan hal yang diperintahkan yaitu *mengaji*. Tulisan *Ayo ngaji* yang ditulis di bagian bawah poster tersebut menggenapi pernyataan awal yang tertulis di poster yaitu *Ramadan bulan penuh berkah* *perbanyak ibadah*. Tulisan *Ayo ngaji* merupakan ibadah yang dimaksud dalam kalimat awal pembuka poster tersebut. Tulisan *ayo* ditulis dengan ukuran font kecil dengan warna kuning. Hal ini menunjukkan bahwa kata seru *ayo* digunakan sebagai bentuk seruan dan agar seruan ini terlihat oleh pembaca poster maka warna yang dipilih adalah warna yang mencolok atau warna terang yaitu kuning. Sementara itu, tulisan *ngaji* ditulis dengan ukuran font paling besar diantara semua tulisan yang ada di dalam poster. Hal ini

menunjukkan bahwa *mengaji* atau belajar Al-Qur'an adalah ibadah Ramadan yang ditekankan atau yang menjadi fokus utama di dalam poster ini.



(Sumber: Dokumen pribadi penulis, 2023)

Gambar 4. Poster Ajakan Ibadah

Di dalam Gambar 4, ada tiga unsur penting yang dapat digunakan untuk memaknai teks sesuai dengan konteksnya yaitu medan atau tema wacana, pelibat dalam wacana, dan sarana yang digunakan dalam wacana. *Field* atau tema wacana dalam poster tersebut yaitu sebuah anjuran yang ditujukan kepada sesama muslim untuk rajin berusaha, memperbanyak sholat, atau bersujud kepada Allah jika ingin doa-doa yang diminta kepada Allah terwujud. *Tenor* atau orang yang terlibat dalam poster tersebut ialah seorang pria yang sedang sholat di masjid dan sedang dalam posisi bersujud. *Mode* atau sarana yang digunakan dalam wacana poster tersebut yaitu tulisan *bukan doanya yang tidak terwujud mungkin kitanya yang kurang sujud*. Tulisan *bukan* dalam poster tersebut ditulis dengan warna merah, dicetak miring, dan diberi garis bawah. Pilihan warna merah, tulisan cetak miring, dan garis bawah pada tulisan *bukan* menunjukkan bahwa ada maksud atau fungsi tertentu dibalik tulisan tersebut. Tulisan *doanya* dan *kitanya* dalam poster tersebut juga dicetak miring dengan warna kuning. Hal ini menunjukkan bahwa kedua hal tersebut saling berkaitan. Kedua kata itu menunjukkan hal yang ingin ditekankan dalam poster dan menunjukkan kedua kata itu menunjukkan hal yang bertentangan yaitu *bukan doa* yang tak terwujud, tetapi *kita* (orang yang bersangkutan) yang salah, kurang sujud. Selain itu, tulisan *terwujud* dan juga *sujud* di dalam poster tersebut ditulis dengan huruf berwarna hitam dan tulisan diblock dengan warna kuning. Hal ini menunjukkan bahwa tulisan tersebut juga memiliki maksud atau fungsi tertentu.

Setiap tanda di dalam poster 4 di atas memiliki fungsinya masing-masing. Fungsi ideasional (makna pengalaman) dalam poster itu adalah dalam kehidupan sosial masyarakat, sering kita temui orang-orang yang banyak mengeluh, kurang bersyukur, dan mereka merasa bahwa sudah banyak berdoa, tetapi keadaan hidup masih sama. Poster tersebut merupakan hasil refleksi dari pengalaman yang ada dalam kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, poster tersebut dibuat sebagai sarana untuk mengingatkan masyarakat agar rajin berusaha dan rajin beribadah, terutama sholat, agar segala doa dan keinginan dapat terwujud. Fungsi interpersonal (makna antarpelibat) dalam poster tersebut yaitu seorang laki-laki muslim yang sedang sholat dan dalam posisi bersujud menunjukkan bahwa dengan memperbanyak ibadah sholat, berdoa ketika sujud di rekaat terakhir, berdoa, dan memohon ampunan ketika setelah sholat merupakan upaya yang bisa diamalkan agar segala doa dan keinginan dapat terwujud. Hal yang dilakukan pria dalam gambar poster tersebut merupakan contoh yang dapat ditiru dan dapat menjadi pengingat untuk sesama muslim agar tidak banyak mengeluh karena doa tidak terwujud, tetapi yang harus dilakukan adalah memperbanyak sujud, memohon ampun kepada Allah, berdoa, dan berusaha.

Fungsi tekstual (makna teks) dalam poster 4 yaitu tulisan *bukan doanya yang tidak terwujud mungkin kitanya yang kurang sujud* merupakan kalimat yang berfungsi sebagai pengingat dan juga sindiran halus agar seorang muslim tidak hanya pasrah atau menyerah, tetapi kita semua juga harus berusaha lebih. Tulisan *bukan* dalam poster tersebut ditulis dengan pilihan warna merah. Hal ini menunjukkan ketegasan atau penekanan dan tulisan *bukan* ditulis dengan cetak miring dengan diberi garis bawah menunjukkan bahwa hal itulah yang menjadi pesan penting atau bagian yang ditekankan dalam poster sehingga kita harus cermat untuk membaca poster tersebut agar dapat memahami maksud yang sesungguhnya. Tulisan *doanya* dan *kitanya* ditulis dengan cetak miring dengan warna kuning untuk memberikan penekanan bahwa *bukan doa* yang salah/belum dikabulkan, *tetapi kita* atau orang yang bersangkutan yang kurang sujud, kurang sholat, kurang berusaha, atau kurang memohon ampunan pada Allah Swt. Melalui tulisan dalam poster tersebut, kita dapat memaknai bahwa alasan yang menjadi penyebab doa-doa seseorang muslim belum terwujud yaitu kurang ibadah, kurang berusaha, dan dosa-dosa yang menjadi penghalang terkabulnya

doa. Selain itu, tulisan *terwujud* dan juga *sujud* di dalam poster tersebut ditulis dengan huruf berwarna hitam dan tulisan *diblock* dengan warna kuning. Hal ini menunjukkan bahwa tulisan tersebut merupakan kata kunci dari pesan yang ingin disampaikan oleh penulis kepada pembaca. Apabila seseorang ingin terwujud doa-doanya, ia harus memperbanyak sujud/beribadah kepada Allah Swt. *Sujud* dapat dimaknai memperbanyak ibadah, seperti sholat, tetapi sujud juga dapat dimaknai sebagai bentuk memohon ampun atau pengakuan kesalahan kepada Allah Swt. dan bentuk berserah diri kepada Allah Swt.

Keempat poster tersebut muncul saat situasi bulan Ramadan. Bulan Ramadan merupakan bulan yang penuh dengan berkah dan kebaikan sehingga isi poster tersebut adalah ajakan-ajakan untuk berbuat baik, memperbanyak ibadah, dan berisi larangan untuk melakukan hal-hal yang menyebabkan ibadah puasa Ramadan menjadi sia-sia. Latar belakang munculnya keempat poster tersebut ialah ada kebiasaan-kebiasaan buruk yang dilakukan masyarakat selama bulan Ramadan. Kebiasaan buruk tersebut ialah menggossip, mengumpat, membuang waktu untuk hal yang sia-sia (main game dan membeli petasan), bermalas-malasan, dan terlalu banyak mengeluh. Oleh karena itu, upaya yang dapat dilakukan untuk mengurangi kebiasaan-kebiasaan tidak baik itu dalam kehidupan masyarakat adalah mengingatkan masyarakat melalui media tertulis yaitu poster.

Keberadaan keempat poster tersebut berkaitan erat dengan kondisi kehidupan sosial dalam masyarakat tersebut. Poster ajakan untuk melakukan kebaikan dan larangan agar tidak melakukan hal-hal yang buruk, seperti dalam poster 1, bersumber dari pengalaman hidup yang ada dalam masyarakat. Kebiasaan masyarakat yang suka bergossip saat ibadah puasa Ramadan, tidak menjaga pandangan, dan mengumpat menyebabkan munculnya poster yang berisi ajakan-ajakan kebaikan selama menjalankan ibadah puasa dan larangan untuk berbuat hal-hal yang sia-sia selama menjalankan ibadah puasa Ramadan. Keberadaan poster 2, 3, dan 4 juga bersumber dari pengalaman hidup yang diperoleh selama menjalani kehidupan sosial bermasyarakat. Kebiasaan buruk masyarakat yang sering bermalas-malasan, bermain-main, membuang waktu sia-sia, banyak mengeluh, dan kurang berusaha menyebabkan munculnya poster 2, 3, dan 4. Ajakan untuk berpuasa di bulan Ramadan, mengaji, dan memperbanyak berdoa ketika sholat merupakan upaya untuk mengurangi kebiasaan-kebiasaan buruk yang ada dalam masyarakat. Selain itu, keberadaan poster-poster tersebut juga menjadi pengingat kepada masyarakat

bahwa bulan Ramadan adalah bulan yang dipenuhi keberkahan dan kebaikan. Segala amal kebaikan yang dilakukan di bulan Ramadan akan dilipatgandakan pahalanya oleh Allah Swt. Membuat poster yang berisi ajakan melakukan kebaikan dan larangan agar tidak melakukan keburukan juga merupakan sebuah amalan kebaikan sehingga pembuat poster akan mendapatkan pahala yang berlipat ganda karena mengajak masyarakat untuk berbuat kebaikan dan masyarakat yang melakukan perbuatan kebaikan seperti yang disampaikan dalam poster juga akan mendapatkan pahala yang berlipat ganda. Kalimat-kalimat ajakan berbuat kebaikan dan larangan melakukan keburukan yang ada dalam poster-poster Ramadan tersebut dapat merepresentasikan bulan Ramadan yang penuh kebaikan dan berkah.

SIMPULAN

Poster-poster yang ditempel di tiang listrik atau tembok rumah warga kampung saat bulan Ramadan dapat berisi banyak informasi, seperti perintah, larangan, dan anjuran untuk melakukan sesuatu dan tidak melakukan sesuatu. Keberadaan poster di bulan Ramadan tentu berkaitan erat dengan situasi sosial dan kondisi yang terjadi dalam masyarakat. Peristiwa-peristiwa atau perbuatan masyarakat yang tidak sesuai dengan norma-norma kehidupan umumnya menjadi latar belakang munculnya poster-poster yang berisi peringatan, larangan, dan anjuran yang ditujukan kepada masyarakat. Pembuatan poster tersebut tentu memiliki maksud untuk menciptakan suasana yang lebih kondusif dalam kehidupan masyarakat.

Begitu pun ketika momen Ramadan, upaya membangun situasi yang religius dilakukan menggunakan media cetak berupa poster. Poster-poster Ramadan berisi perpaduan tulisan (tanda verbal) dan gambar (tanda visual) yang disesuaikan dengan tema Ramadan. Berdasarkan hasil analisis, tulisan-tulisan dan gambar yang terdapat dalam poster-poster Ramadan tersebut berhasil merepresentasikan bulan Ramadan sebagai bulan istimewa yang penuh dengan keberkahan, ketenangan, dan kebaikan. Hal ini terbukti dengan penggunaan kalimat-kalimat ajakan, perintah, larangan, dan anjuran di dalam poster mengenai hal-hal yang boleh dilakukan saat bulan Ramadan dan hal-hal yang tidak boleh dilakukan oleh warga saat bulan Ramadan. Penggunaan kalimat-kalimat ajakan kebaikan dan juga larangan berbuat buruk dalam poster tersebut merepresentasikan bahwa bulan Ramadan ialah bulan yang penuh kebaikan dan berkah. Selain tulisan, poster-poster Ramadan juga memuat ilustrasi-ilustrasi gambar yang dapat membantu masyarakat

untuk dapat memaknai pesan atau hal yang dimaksud oleh pembuat poster secara lebih detail.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2023). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/Cari/Index>
- Dessiliona, T., Nur, T., & Indira, D. (2019). Representasi Kecantikan Perempuan Jerman berdasarkan Iklan Nivea Berbahasa Jerman. *Metahumaniora*, 9(2), 244–257. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/metahumaniora.v9i2.25111>
- Feriansyah, F. (2022). Analisis Semiotik Unsur Budaya Populer pada Poster Kajian Dakwah Online di Media Sosial Instagram @Yukngajiid. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 6(2), 33–46. <https://doi.org/10.32832/komunika.v6i2.7313>
- Halliday, M. A. K. (1978). *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*. Edward Arnold.
- Halliday, M. A. K., & Hasan, R. (1994). *Bahasa, Konteks, dan Teks: Aspek-Aspek Bahasa dalam Pandangan Semiotik Sosial*. Gadjah Mada University Press.
- Indah, M. N., Priyatna, A., & Sofianto, K. (2017). Tubuh dan Seksualitas Perempuan dalam Iklan Resik V dan Sumber Ayu. *Metahumaniora*, 7(3), 30–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/metahumaniora.v7i2.18826>
- Kridalaksana, H. (2008). *Kamus Linguistik Edisi Keempat*. Gramedia Pustaka Utama.
- Nugroho, A. A., & Sulistyowati, H. (2021). Penggunaan Tagar #Pakaimaskermu dan #Lawancovid19 di Jejaring Sosial Instagram: Kajian Semiotika Sosial Halliday. *Sastranesia: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 9(1), 122–135. <https://ejournal.stkipjb.ac.id/index.php/sastra/article/view/1840>
- Saussure, F. de. (1959). *Course in General Linguistics*. The Philosophical Library Inc.
- Shalekhah, A. N., & Martadi. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Poster Film Parasite versi Negara Inggris. *Jurnal Barik*, 2(1), 54–66. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>

- Soemantri, Y. S., & Machdalena, S. (2020). Pemaknaan Tanda Model Saussure dan Peirce pada Tanda-Tanda yang Berkaitan dengan Laut: Kajian Semiotika. *Metahumaniora*, 10(3), 373–389. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/metahumaniora.v10i3.30523>
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan Secara Linguistik*. Sanata Dharma University Press.
- Suwarno, S. (2014). Representasi Makna Visual Poster Film Religius: Studi Semiotika Poster Charles S. Pierce pada Film 99 Cahaya di Langit Eropa. *Journal Communication*, 5(2), 99–114.
- Tamara, J. (2020). Kajian Semiotika Roland Barthes pada Poster Unicef. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(2), 726–733. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i2.403>
- Uniawati. (2014). Perahu dalam Pamali Orang Bajo: Tinjauan Semiotika Sosial Halliday. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 20(4), 568–578. <https://jurnaldikbud.kemdikbud.go.id/index.php/jpnk/article/view/166>
- Zakiyah, S. N., Indira, D., Ardiati, R. L., & Soemantri, Y. S. (2021). Representasi Wanita dalam Poster Iklan Pengharum Pakaian “Downy”: Kajian Semiotika Peirce. *Kajian Linguistik dan Sastra*, 6(2), 110–125. <https://doi.org/10.23917/cls.v6i2.15055>