

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Nilai

Pengertian Nilai adalah sesuatu yang berlaku,sesuatu yang mengikat atau menghimbau kita.secara spesifik nilai berarti harga,makna,isi dan pesan,semangat atau jiwa yang tersurat atau tersirat dalam fakta,konsep dan teori,sehingga bermakna secara fungsional.Disini nilai di fungsikan untuk mengarahkan,mengendalikan dan menentukan kelakuan seseorang,karena nilai di jadikan standar prilaku(Zahroh, 2018).

Menurut Steeman, nilai adalah sesuatu yang memberi makna pada hidup, yang memberi acuan, titik tolak dan tujuan hidup. Nilai adalah sesuatu yang dijunjung tinggi, yang dapat mewarnai dan menjiwai tindakan seseorang. Nilai itu lebih dari sekedar keyakinan. Nilai selalu menyangkut pola pikir dan tindakan, sehingga ada hubungan yang sangat erat antara nilai dan etika(Li et al., 2017).

Quraish Shihab menegaskan bahwa nilai dalam Islam tidak berubah oleh waktu dan tempat karena berpijak pada Al-Qur'an dan Sunnah. Nilai-nilai ini

meliputi keadilan, kasih sayang, kejujuran, dan tanggung jawab sosial.

Oleh karena itu, nilai pada dasarnya merupakan standar perilaku atau ukuran yang menjadi tolak ukur seseorang dalam menentukan sesuatu yang dianggap baik atau tidak baik, indah atau tidak indah, layak atau tidak layak, serta adil atau tidak adil. Standar inilah yang nantinya akan memengaruhi dan mewarnai tingkah laku seseorang.

B. Pesan

Dalam ilmu komunikasi, pesan adalah bagian paling penting dari proses komunikasi. Pesan bisa berupa apa saja yang disampaikan oleh pengirim (komunikator) kepada penerima (komunikan), baik secara langsung lewat tatap muka maupun tidak langsung lewat media seperti pesan teks, email, atau media sosial. Isinya bisa beragam — mulai dari ide, informasi, perasaan, instruksi, sampai simbol tertentu — yang semuanya bertujuan agar penerima memahami, merespons, atau bahkan terpengaruh oleh apa yang disampaikan.

Agar pesan dapat diterima secara efektif, dibutuhkan saluran komunikasi (channel) yang sesuai dengan karakteristik pesan dan komunikan. Saluran ini bisa berupa media lisan, tulisan, elektronik, hingga media

sosial digital. Pilihan saluran turut menentukan seberapa jauh pesan dapat menjangkau dan memengaruhi khalayak sasaran.

Dalam kajian komunikasi, istilah content atau konten digunakan untuk menggambarkan informasi yang dikirimkan dari sumber (komunikator) kepada penerima (komunikan), baik melalui komunikasi interpersonal (interpersonal communication) maupun komunikasi massa (mass communication). Saluran komunikasi yang digunakan mencakup berbagai media, seperti telepon, media cetak, telepon seluler, internet, dan perangkat elektronik lainnya.

Konten bukan hanya sekadar informasi mentah, melainkan pesan yang telah dikemas dalam bentuk tertentu agar dapat diterima secara efektif oleh khalayak. Bentuk kemasan pesan tersebut mencakup iklan, film, buku, video musik, dan produk media lainnya. Oleh karena itu, konten sering disebut pula sebagai konten media, karena merupakan isi dari produk media yang disajikan kepada publik.

Dalam konteks dakwah, konten memiliki peran strategis karena merupakan sarana penyampaian nilai-nilai keislaman secara persuasif dan komunikatif. Pesan

dakwah yang dikemas dengan baik dalam bentuk lagu, syair, atau visual, memiliki potensi besar untuk menjangkau khalayak luas dan menyentuh aspek emosional maupun spiritual audiens.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini, konten syair lagu “Bismillah Cinta” akan dianalisis sebagai media penyampai pesan dakwah, khususnya nilai-nilai yang terkandung di dalam lirik lagu tersebut. Analisis terhadap konten ini menjadi penting untuk mengetahui bagaimana pesan dakwah dikonstruksi, dikemas, dan disampaikan melalui media populer.

Lagu sebagai media dakwah termasuk ke dalam bentuk komunikasi massa yang memungkinkan pendengar memiliki kontrol lebih besar atas pesan. Mereka dapat memilih untuk mendengarkan atau tidak, mengulangi, atau bahkan melewatkannya begitu saja. Namun, berbeda dengan komunikasi interpersonal seperti percakapan dengan orang tua atau teman dekat, pesan dalam lagu tidak memiliki unsur keterikatan emosional langsung, sehingga pendekatan tematik dan estetik menjadi sangat penting.

Syair lagu “Bismillah Cinta” mengandung pesan sentral berupa ajakan untuk menguatkan cinta yang

dirahmati oleh Allah. Pesan ini bersifat persuasif—mengajak pendengar untuk memaknai hubungan dengan nilai-nilai keislaman. Selain itu, penggunaan diksi “Bismillah” sebagai kata pembuka juga menanamkan pesan informatif yang kuat, yaitu pentingnya memulai sesuatu dengan menyebut nama Allah sebagai bentuk ketakwaan.

Dalam beberapa bagian, lagu ini juga memuat unsur yang dapat dikategorikan sebagai tekanan sosial positif (positive coercion), seperti pada bagian syair yang menyampaikan bahwa cinta seharusnya tidak hanya didasari perasaan semata, tetapi juga dengan niat dan komitmen yang lurus. Hal ini secara tidak langsung menekan pendengar untuk meninjau ulang cara mereka memahami cinta dalam konteks Islam.

C. Konsep Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah adalah sebuah aktifitas mulia yang menjadi kewajiban setiap muslim, dengan tujuan memberi dan mengajak orang-orang agar bersedia melakukan perilaku yang mencerminkan nilai-nilai Islam. Penyiaran agama Islam memang diperlukan suatu

ikhtiar untuk menyebarkan ajaran Islam ditengah masyarakat agar tercipta individu, keluarga dan masyarakat yang berfikir positif dan pola hidup yang baik hingga tercapai bahagia dunia dan akhirat (Ismah & Salman,2004, hal. 3).

Karenanya dakwah penting mempertimbangkan tujuan lebih luas yang bisa diperankan hampir semua orang yang berminat menebarkan praksis, dan praktik kebaikan, keadilan, kesejahteraan, dan kecerdasan. Dakwah bukan hanya khutbah, pengajian dan kepesantrenan atau hanya bagi lembaga dengan nama resmi Islam yang hanya melibatkan suatu kelas keagamaan (santri). ”Mudahkanlah, jangan dipersulit”, demikian Rasulullah SAW pernah bersabda. Dak(Ade Wahyudi 2010).

Karenanya dakwah penting mempertimbangkan tujuan lebih luas yang bisa diperankan hampir semua orang yang berminat menebarkan praksis, dan praktik kebaikan, keadilan, kesejahteraan, dan kecerdasan. Dakwah bukan hanya khutbah, pengajian dan kepesantrenan atau hanya bagi lembaga dengan nama resmi Islam yang hanya melibatkan suatu kelas keagamaan (santri). ”Mudahkanlah, jangan

dipersulit”, demikian Rasulullah SAW pernah bersabda. Dak(Ade Wahyudi 2010).

Berdakwah tidak semata-mata hanya sekedar mengenalkan hal-hal baik kepada orang-orang. Lebih dari itu, dakwah membawa orang-orang pada kebenaran. Kebenaran yang dapat membuat seseorang berani atas pendiriannya.

Kebenaran adalah modal besar dalam menjalani kehidupan dengan baik tanpa penuh dengan dusta yang dapat menjerumuskan dalam perbuatan yang kurang tepat. Oleh karena itu, tanpa harus memandang profesi, kegiatan dakwah dapat dilakukan oleh siapa saja yang menginginkan kebenaran terus tegak di dunia ini. Sehingga, siapapun dapat melakukan dakwah sesuai dengan kapasitasnya.(Ummah 2019)

Secara etimologis, kata dakwah berasal dari bahasa Arab “da‘a – yad‘u – da‘watan” yang berarti memanggil, menyeru, atau mengajak. Sedangkan secara terminologis, banyak ulama memberikan definisi tentang dakwah.

Menurut Hasan Al-Banna, dakwah adalah Mengajak manusia kepada kebaikan, mengarahkan mereka

kepada Islam, dan membimbing mereka agar berpegang teguh kepada ajaran Islam dalam seluruh aspek kehidupan(Pemikiran and Hasan 2015).

Abdul Karim Zaidan menjelaskan bahwa Dakwah adalah proses mengajak manusia secara bijak menuju kebenaran Islam, baik dalam bentuk ajakan kepada akidah yang benar, ibadah yang sesuai syariat, maupun akhlak yang mulia(Kamal and Misra 2023).

Dalam dunia yang semakin terhubung dan global, dilakukan pengembangan strategi dalam menyampaikan pesan dakwah melalui seni dan budaya. Strategi ini akan mempertimbangkan karakteristik seni dan budaya sebagai media penyampaian pesan, serta memahami nilai-nilai Islam yang ingin disampaikan kepada masyarakat.

Dakwah sebagai upaya menyampaikan pesan dan nilai-nilai Islam kepada masyarakat menjadi semakin penting. Seiring dengan perkembangan teknologi dan dampak globalisasi, strategi-strategi dakwah juga harus terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan komunitas Muslim dan mengatasi perubahan-perubahan dalam budaya dan cara berkomunikasi.

Salah satu domain yang memiliki potensi besar untuk

menyebarkan pesan dakwah adalah seni dan budaya. Seni dan budaya memiliki kekuatan untuk menjangkau hati dan pikiran orang dengan cara yang mendalam dan emosional. Kesenian mencakup berbagai bentuk ekspresi kreatif seperti seni visual, pertunjukan teater, musik, sastra, tari, dan media visual. Dalam konteks Islam, seni dan budaya telah lama digunakan sebagai alat untuk menyampaikan pesan agama, mengungkapkan nilai-nilai spiritual, dan membangun pemahaman yang lebih dalam tentang ajaran Islam.

Penyampaian pesan dakwah melalui seni dan budaya dapat mengambil banyak bentuk, mulai dari karya seni visual yang menggambarkan ajaran agama hingga pertunjukan teater yang menceritakan kisah-kisah dari sejarah Islam. Selain itu, media sosial dan teknologi digital baru-baru ini telah menjadi platform yang signifikan untuk menyampaikan pesan dakwah melalui seni dan budaya (Iskandar 2022).

2. Dasar Hukum Berdakwah

Da'wah adalah kewajiban bagi seluruh umat Muslimin, merujuk pada perintah Allah SWT dalam

Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW. Dasar kewajiban untuk melaksanakan da'wah disebutkan dalam Al-Qur'an: "Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka; di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik." (QS. Ali 'Imran: 110).

3. Metode Berdakwah

Secara etimologis, kata "metode dakwah" berasal dari dua kata, yaitu "meta" yang berarti melalui dan "hodos" yang berarti jalan atau cara. Dengan demikian, metode dapat diartikan sebagai cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan. Sumber lain menyebutkan bahwa kata metode berasal dari bahasa Jerman "methodica", yang berarti ajaran tentang metode. Sementara dalam bahasa Yunani, kata ini berasal dari "methodos", yang juga berarti jalan. Dalam bahasa Arab, padanan katanya adalah "thariq" yang memiliki makna serupa, yaitu jalan atau cara. Secara umum, metode dipahami sebagai cara yang

telah diatur secara sistematis dan melalui proses pemikiran tertentu untuk mencapai suatu maksud atau tujuan tertentu, termasuk dalam konteks dakwah.

4. Media Dakwah

Kata media, berasal dari bahasa Latin, median, yang merupakan bentuk jamak dari medium secara etimologi yang berarti alat perantara. Secara umum dipahami bahwa istilah ‘media’ mencakup sarana komunikasi seperti pers, media penyiaran (broadcasting) dan sinema. Namun, terdapat rentang media yang luas mencakup berbagai jenis hiburan (entertainment) dan informasi untuk audiens yang besar- majalah atau industri musik.

Istilah ‘media’ berlaku bagi produk-produk informasi dan hiburan dari industri-industri media, begitu juga contoh-contoh telekomunikasi yang membantu membawakan produk-produk tersebut kepada kita. Terdapat pelbagai ide tentang apakah sejarah media itu dan bagaimana mendekatinya. Untuk memahami media (dan perkembangannya), kita perlu menggunakan kata-kata kunci dan memahami bagaimana mereka berkaitan dengan isu-isu tentang

pengaruh dan konstruksi media. Terdapat pelbagai pendekatan kritis terhadap kajian media dalam perkembangan kritik media. Pendekatan-pendekatan ini secara bervariasi memberikan tekanan kepada pemahaman terhadap bisnis dan produsen media, kepada teks-teks media dan konstruksinya, dan kepada para audiens media dan konteks sosial.

Dalam perkembangan studi media, kritik telah beranjak dari mempercayai bahwa media melakukan pelbagai hal kepada orang-orang, mengamati apa yang dilakukan orang-orang dengan media, dan pada materi media yang sesungguhnya. Minat terhadap efek-efek media telah menjadi faktor yang konstan ketika studi tentang media mengalami kemajuan. Hal ini penting dalam kritik-kritik sosiologi terhadap media.(Iskandar 2022)

Media dibagi menjadi dua, yaitu :

a) Media Massa

- 1) Media massa manusia; pertemuan, rapat umum, seminar, sekolah dan lain-lain.
- 2) Media massa benda; spanduk, buku, selebaran, poster, folder, dan lain-lain

3) Media massa periodik–cetak dan elektronik;visual, audio, dan audio visual

b) Non media massa

1) Manusia; utusan, kurir, dan lain-lain.

2) Benda; telepon, surat, dan lain-lain

5. Masyarakat Dakwah

Secara terminologis, masyarakat dakwah adalah suatu komunitas atau kumpulan individu yang secara sadar mengorganisasi dirinya dalam kegiatan amar ma'ruf nahi munkar, menyampaikan ajaran Islam, serta menanamkan nilai-nilai ketauhidan, akhlak, dan syariat kepada anggota masyarakat lainnya melalui berbagai pendekatan dan metode dakwah yang bijaksana.

Dalam masyarakat dakwah, setiap individu memiliki peran dalam menyampaikan nilai kebaikan. Masyarakat ini tidak hanya menunggu dakwah datang dari para ulama atau pendakwah resmi, tetapi mengambil inisiatif untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sosial sehari-hari.

Konsep ini memiliki dasar kuat dalam Al-Qur'an, sebagaimana firman Allah SWT:

"Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat

yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung"(Q.S. Ali Imran: 104).

Ayat ini menunjukkan bahwa pembentukan masyarakat dakwah merupakan sebuah keharusan dalam kehidupan sosial umat Islam. Menurut Hasan al-Banna, masyarakat dakwah harus dibentuk dari basis kesadaran individu Muslim bahwa dakwah adalah tanggung jawab semua, bukan hanya para ulama: "Dakwah adalah kewajiban setiap Muslim, bukan hanya tugas seorang ulama" (Hasan al-Banna, Risalah Ta'lim).

Senada dengan itu, Quraish Shihab menegaskan bahwa dakwah bukan sekadar menyampaikan ajaran, tetapi juga membangun masyarakat yang saling mengingatkan dalam kebaikan: "Masyarakat ideal menurut Islam adalah masyarakat yang terus saling mengajak kepada kebaikan dan saling mencegah dari keburukan, dengan cara yang makruf"(Quraish Shihab, Wawasan al-Qur'an, 1996).

Ayat ini menunjukkan bahwa pembentukan masyarakat dakwah merupakan sebuah keharusan

dalam kehidupan sosial umat Islam. Menurut Hasan al-Banna, masyarakat dakwah harus dibentuk dari basis kesadaran individu Muslim bahwa dakwah adalah tanggung jawab semua, bukan hanya para ulama: "Dakwah adalah kewajiban setiap Muslim, bukan hanya tugas seorang ulama" (Hasan al-Banna, Risalah Ta'lim).

Senada dengan itu, Quraish Shihab menegaskan bahwa dakwah bukan sekadar menyampaikan ajaran, tetapi juga membangun masyarakat yang saling mengingatkan dalam kebaikan: "Masyarakat ideal menurut Islam adalah masyarakat yang terus saling mengajak kepada kebaikan dan saling mencegah dari keburukan, dengan cara yang makruf" (Quraish Shihab, Wawasan al-Qur'an, 1996).

6. Nilai-nilai Dakwah

Nilai-nilai dakwah adalah prinsip-prinsip dasar atau kaidah-kaidah moral, spiritual, dan sosial yang menjadi landasan dalam aktivitas dakwah Islam. Nilai-nilai ini mengarahkan isi, cara penyampaian, serta tujuan dakwah agar selaras dengan ajaran Islam yang rahmatan lil 'alamin (rahmat bagi seluruh alam).

Dakwah tidak sekadar menyampaikan ajaran Islam,

tetapi juga menginternalisasikan nilai-nilai luhur yang mencerminkan akidah, akhlak, ilmu, dan kebijaksanaan. Nilai-nilai tersebut menjadi ukuran keberhasilan dakwah, baik dari segi substansi pesan maupun dari cara penyampaiannya.

Menurut Abdul Basit dalam bukunya Pengantar Ilmu Dakwah: “Nilai dakwah adalah seperangkat norma Islam yang terkandung dalam ajaran al-Qur’an dan Sunnah yang harus diwujudkan dalam proses dakwah, baik oleh pendakwah maupun oleh mad’u.” (Abdul Basit, Pengantar Ilmu Dakwah, 2001)

Al-Qur’an banyak memuat nilai-nilai yang menjadi dasar dalam berdakwah, di antaranya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik...”(Q.S. An-Nahl: 125).

a) Nila Tauhid

Secara bahasa, kata ‘akidah’ berasal dari bahasa Arab yang berakar dari kata ‘aqada–ya‘qidu–‘aqdan–‘aqidatan’. Kata ‘aqdan’ memiliki arti simpulan, kesepakatan, atau ikatan yang kuat. Setelah mengalami pembentukan menjadi kata ‘akidah’, maknanya berkembang menjadi keyakinan.

Keterkaitan antara kata ‘aqdan’ dan ‘akidah’ terletak pada makna keyakinan yang mengakar kuat dalam hati, bersifat mengikat, serta mengandung unsur kesepakatan batin.

Secara terminologis, Hasan Al-Banna mendefinisikan akidah sebagai sesuatu yang harus diyakini kebenarannya oleh hati, menenangkan jiwa, serta menjadi keyakinan yang tidak mengandung keraguan sedikit pun.

Sementara itu, menurut Abu Bakar Al-Jazairy, akidah adalah kumpulan kebenaran yang diterima secara umum oleh manusia, baik melalui akal, wahyu, maupun fitrah. Kebenaran ini tertanam dalam hati dan diyakini secara pasti, sehingga segala sesuatu yang bertentangan dengannya akan ditolak.

a. Nilai Syariah

Dakwah yang sesuai dengan syariah harus mengandung nilai-nilai yang selaras dengan prinsip Islam, di antaranya:

1) Nilai Tauhid (Keimanan)

Dakwah harus mengokohkan tauhid, yakni mengajak manusia untuk mentauhidkan Allah,

menjauhi syirik, dan membangun keimanan yang murni.

2) Nilai Akhlak

Dakwah harus disampaikan dengan akhlak yang baik, seperti kelembutan, kesabaran, dan kasih sayang. Sebagaimana teladan Rasulullah SAW dalam menyeru umatnya.

3) Nilai Keadilan ('adl)

Dakwah menolak ketidakadilan dan menegakkan prinsip keadilan dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk sosial, ekonomi, dan hukum.

4) Nilai Kemaslahatan (maslahah)

Dakwah bertujuan menciptakan kebaikan dan kemanfaatan bagi umat. Oleh karena itu, isi dan metode dakwah harus mempertimbangkan maslahat umat, bukan justru menimbulkan mudarat.

5) Nilai Hikmah dan Mau'izah Hasanah

Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nahl ayat 125: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik" Artinya, dakwah harus dilakukan dengan kebijaksanaan, pemahaman kontekstual, dan pendekatan yang

tepat.

6) Nilai Tanggung Jawab (Amanah)

Da'i adalah penyampai kebenaran yang harus jujur dan bertanggung jawab atas apa yang ia sampaikan kepada umat.

b) Nilai Akhlak

Nilai akhlak adalah standar moral yang bersumber dari ajaran Islam dan menjadi dasar dalam membedakan antara perbuatan baik dan buruk. Nilai-nilai ini tercermin dalam sikap, ucapan, dan perilaku yang sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW.

D. Lagu

1. Pengertian Lagu

Menurut Ifadah dan Aimah (2012), lagu merupakan sebuah teks yang dinyanyikan, yang berasal dari karya tertulis yang diperdengarkan dengan iringan musik. Lagu bukan sekadar rangkaian nada dan lirik, melainkan sarana ekspresi perasaan dan emosi yang kuat.

Lebih dari itu, lagu juga dapat menjadi media pengungkapan perasaan yang tersimpan dalam alam bawah sadar, yang tanpa disadari dapat terekam dalam

memori otak dan muncul kembali dalam konteks tertentu(Aulia Fitriani et al. 2023).

2. Macam – macam Lagu

Lagu memiliki beragam jenis yang dapat diklasifikasikan berdasarkan isi, fungsi, bentuk, dan budaya. Berikut beberapa macam lagu yang umum dikenal

a. Lagu Anak-anak

Lagu yang diciptakan khusus untuk anak-anak, biasanya memiliki lirik sederhana, nada ceria, dan bertujuan mendidik atau menghibur. Contoh: Balonku, Pelangi-Pelangi, Naik Delman.

b. Lagu Daerah (Tradisional)

Lagu yang berasal dari daerah tertentu dan menggunakan bahasa lokal. Lagu ini mencerminkan budaya, adat, dan kehidupan masyarakat setempat. Contoh: Ampar-Ampar Pisang (Kalimantan Selatan), Gundul-Gundul Pacul (Jawa Tengah).

c. Lagu Nasional

Lagu yang bersifat kebangsaan dan membangkitkan semangat cinta tanah

air.Contoh: Indonesia Raya, Bagimu Negeri, Tanah Airku.

d. Lagu Rohani/Religi

Lagu yang berisi pesan-pesan keagamaan atau spiritual, digunakan dalam konteks ibadah atau renungan.Contoh: Kasih Tuhan, Tombo Ati, Hidup Ini adalah Kesempatan.

e. Lagu POP

Lagu dengan gaya modern, mudah diterima masyarakat luas, dan biasanya bertema cinta, kehidupan, atau perasaan pribadi.Contoh: Lagu-lagu dari musisi seperti Pasha Ungu,Tulus, Raisa, atau Noah.

D. Unsur Lagu

Lagu merupakan karya seni yang tersusun dari berbagai unsur yang saling mendukung untuk menciptakan sebuah karya musik yang utuh dan bermakna. Secara umum, unsur-unsur lagu dapat dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu unsur musikal dan unsur non-musikal.

Unsur musikal meliputi elemen-elemen seperti melodi, irama (ritme), harmoni, tempo, dan dinamika yang membentuk karakter suara dalam lagu. Melodi

adalah rangkaian nada yang berurutan dan menjadi bagian utama dalam sebuah lagu, sedangkan irama mengatur pola waktu dan ketukan yang memberikan ritme lagu. Harmoni menciptakan kedalaman suara melalui perpaduan nada, sementara tempo menentukan kecepatan lagu dan dinamika mengatur perubahan volume suara yang memberi ekspresi pada lagu.

Di sisi lain, unsur non-musikal terutama berupa lirik atau isi lagu yang merupakan rangkaian kata-kata atau syair yang menyampaikan pesan, ide, cerita, atau perasaan. Lirik berfungsi sebagai media verbal yang memperkuat makna lagu dan membantu pendengar memahami pesan yang ingin disampaikan oleh pencipta lagu.

1. Syair Lagu

Secara bahasa, syair berasal dari bahasa Arab "sya'r" (شعر) yang berarti puisi. Dalam tradisi Arab, syair telah menjadi bagian penting dari ekspresi budaya dan digunakan bahkan sebelum kedatangan Islam. Dalam konteks modern, syair lagu merujuk pada lirik atau kata-kata dalam lagu yang mengandung pesan, nilai, atau makna tertentu.

Al-Qur'an tidak menolak syair secara mutlak. Bahkan Al-Qur'an membedakan antara syair yang membawa kebaikan dan syair yang menyesatkan. Dan penyair-penyair itu diikuti oleh orang-orang yang sesat.” Tidakkah kamu melihat bahwa mereka mengembara di tiap-tiap lembah dan bahwa mereka mengatakan apa yang tidak mereka kerjakan? Kecuali orang-orang (penyair) yang beriman dan beramal saleh...”(QS. Asy-Syu'ara: 224–227) Ayat ini menegaskan bahwa syair yang buruk dan menyesatkan patut dihindari, namun syair yang mengandung iman, kebaikan, dan amal saleh diperbolehkan.

Nabi Muhammad SAW tidak melarang syair secara umum. Dalam beberapa riwayat, sahabat seperti Hassan bin Tsabit bahkan dikenal sebagai penyair Nabi. “Sesungguhnya di antara syair itu terdapat hikmah.”(HR. Bukhari, no. 6145) Ini menunjukkan bahwa syair yang mengandung hikmah, nasihat, dan dakwah memiliki nilai positif dalam pandangan Islam.

Dalam perspektif Islam kontemporer, syair lagu dapat dijadikan sarana dakwah yang efektif,

terutama untuk generasi muda. Fungsi-fungsinya antara lain Menyampaikan pesan moral dan spiritual secara emosional, Meningkatkan kecintaan pada Nabi melalui lagu shalawat, Membangun kesadaran sosial dan keislaman melalui lirik di antaranya lagu Biamillah Cinta.

2. Fungsi Lagu

Lagu merupakan hasil perpaduan antara melodi, irama, dan lirik yang dinyanyikan dengan tujuan untuk menyampaikan pesan, perasaan, maupun nilai-nilai tertentu kepada pendengarnya. Sebagai bentuk seni musik vokal, lagu tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga memiliki nilai-nilai sosial, psikologis, dan edukatif yang mendalam.

Dalam konteks sosial, lagu dapat menjadi sarana untuk mempererat solidaritas antarkelompok, membentuk identitas budaya, serta menyuarakan aspirasi atau kritik sosial. Secara psikologis, lagu mampu menenangkan, menghibur, serta membangkitkan emosi dan semangat tertentu pada individu. Sementara itu, dalam dimensi edukatif, lagu dapat digunakan sebagai media penyampaian

pengetahuan dan pembentukan karakter secara tidak langsung, terutama bila lirik yang dibawakan sarat dengan pesan moral atau religius.

Dengan kemampuannya menyentuh aspek afektif dan kognitif pendengar, lagu menjadi salah satu media komunikasi yang efektif dalam menyampaikan nilai-nilai dakwah. Lirik lagu yang mengandung pesan-pesan keislaman dapat menyentuh hati pendengar secara halus namun mendalam, sehingga pesan dakwah tidak hanya tersampaikan, tetapi juga dapat diresapi dan diinternalisasi oleh pendengarnya.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini, lagu diposisikan sebagai media dakwah yang strategis, khususnya melalui analisis terhadap syair lagu “Bismillah Cinta” karya Ungu dan Lesti, yang memuat berbagai nilai syariah dan spiritual.

a. Fungsi Ekspresi Emosi

Lagu merupakan salah satu media seni yang paling efektif dalam mengekspresikan dan menyalurkan emosi manusia. Melalui kombinasi melodi, ritme, dan lirik, lagu dapat mencerminkan berbagai bentuk perasaan seperti kebahagiaan,

kesedihan, kerinduan, kemarahan, hingga semangat dan harapan. Baik pencipta lagu maupun pendengarnya memiliki ruang untuk mengungkapkan atau mengalami emosi tertentu secara mendalam melalui musik.

Bagi pencipta lagu, proses kreatif dalam menulis lirik dan mengaransemen musik sering kali merupakan bentuk katarsis, yaitu pelepasan emosional yang memberikan kelegaan batin. Lirik yang lahir dari pengalaman pribadi atau pengamatan sosial kemudian dapat menyentuh pendengar yang memiliki pengalaman emosional serupa. Hal ini menciptakan hubungan emosional antara pencipta lagu dan pendengarnya, meskipun keduanya tidak saling mengenal secara langsung. Bagi pendengar, lagu sering kali menjadi media refleksi perasaan dan pelarian dari tekanan psikologis. Musik yang relevan dengan kondisi emosional seseorang dapat memberikan kenyamanan, kekuatan, bahkan motivasi. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila lagu digunakan dalam berbagai konteks psikologis, termasuk terapi musik, kegiatan keagamaan,

hingga sebagai media dakwah.

Dalam konteks dakwah, kekuatan emosional lagu dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara lebih menyentuh dan membekas di hati pendengar. Ketika nilai-nilai Islam dikemas dalam bentuk syair yang indah dan musik yang menyentuh, pesan dakwah berpeluang lebih besar untuk diterima dan diresapi oleh masyarakat, terutama generasi muda.

b. Fungsi Komunikasi

Lagu tidak hanya hadir sebagai rangkaian nada dan irama yang indah, tetapi juga mengandung unsur verbal berupa lirik yang memiliki kekuatan komunikatif. Lirik dalam lagu berfungsi sebagai media untuk menyampaikan pesan, ide, dan cerita kepada pendengar. Melalui kata-kata yang tersusun dalam baris-baris syair, pencipta lagu dapat menyuarakan berbagai isi hati, mulai dari ungkapan cinta, harapan, kegelisahan, hingga kritik sosial yang tajam.

Dalam konteks sosial dan budaya, lirik lagu sering kali menjadi cerminan realitas masyarakat. Ia

dapat mengangkat isu-isu sosial yang sedang terjadi, menyoroti ketimpangan, atau menggambarkan nilai-nilai budaya tertentu yang hidup dalam masyarakat. Oleh karena itu, lirik lagu memiliki peran penting dalam pembentukan wacana publik serta sebagai sarana ekspresi kebudayaan.

Lebih dari itu, dalam ranah dakwah, lirik lagu memiliki potensi besar sebagai media penyampaian ajaran agama. Pesan-pesan dakwah yang disisipkan dalam syair dapat menyentuh pendengar secara halus dan emosional. Melalui kemasan artistik, nilai-nilai keislaman dapat dikomunikasikan tanpa kesan menggurui, namun tetap memberi pengaruh yang mendalam. Hal ini menjadikan lagu sebagai media yang strategis dalam menjangkau kalangan yang lebih luas, terutama generasi muda yang akrab dengan dunia musik.

Dengan demikian, analisis terhadap lirik lagu, seperti yang dilakukan dalam penelitian terhadap syair lagu “Bismillah Cinta”, menjadi penting untuk mengetahui bagaimana nilai-nilai dakwah

dikonstruksi dan dikomunikasikan melalui media populer.

c. Fungsi Hiburan

Salah satu fungsi utama lagu dalam kehidupan manusia adalah sebagai sarana hiburan. Musik dan lagu memberikan pengalaman estetis yang menyenangkan dan dapat dinikmati dalam berbagai suasana, baik secara individu maupun kolektif. Pendengar dapat menikmati lagu dalam momen santai, saat beristirahat, dalam perjalanan, hingga pada acara-acara sosial seperti pesta, pertunjukan, atau perayaan lainnya.

Sebagai media hiburan, lagu memiliki kekuatan untuk membangkitkan emosi positif, mengurangi stres, dan menciptakan suasana yang menyenangkan. Irama dan melodi yang harmonis mampu memengaruhi suasana hati, sehingga lagu kerap menjadi pilihan utama dalam membangun atmosfer tertentu, seperti kegembiraan dalam pesta, ketenangan dalam relaksasi, atau kesyahduan dalam momen reflektif.

Fungsi hiburan dari lagu ini menjadikannya sangat efektif sebagai media komunikasi yang

tidak terasa memaksa. Dalam konteks dakwah, pendekatan melalui hiburan seperti lagu religi menjadi strategi yang relevan dan komunikatif, karena pesan keagamaan dikemas dalam bentuk yang ringan namun menyentuh. Dengan demikian, lagu bukan hanya menyenangkan untuk didengarkan, tetapi juga berpotensi menyampaikan pesan dakwah secara lebih luas dan diterima dengan baik oleh berbagai kalangan.

d. Fungsi Pendidikan (Edukasi)

Lagu tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga memiliki peran penting sebagai media pembelajaran, terutama bagi anak-anak. Melalui lagu, proses penghafalan dan pemahaman konsep menjadi lebih mudah dan menyenangkan. Melodi yang berulang dan lirik yang sederhana membantu anak-anak dalam mengingat informasi penting dengan lebih efektif dibandingkan metode pembelajaran konvensional.

Selain itu, lagu sering digunakan untuk menanamkan nilai-nilai moral dan sosial sejak dini. Lagu-lagu yang berisi pesan tentang kebersihan, menghormati orang tua,

persahabatan, serta rasa cinta tanah air (nasionalisme) menjadi sarana yang efektif untuk membentuk karakter dan sikap positif pada anak-anak. Dengan cara ini, lagu berperan sebagai media edukasi yang menyenangkan sekaligus membangun kesadaran sosial dan religius.

Dalam konteks dakwah, fungsi edukatif lagu sangat strategis. Lagu dengan muatan nilai-nilai keagamaan dapat memperkenalkan dan menanamkan ajaran Islam secara halus dan menarik, sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh anak-anak maupun masyarakat luas.

e. Fungsi Sosial dan Budaya

Lagu memiliki peran penting dalam memperkuat identitas budaya suatu komunitas maupun bangsa. Lagu-lagu daerah, lagu nasional, dan lagu tradisional tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai cerminan nilai-nilai lokal yang melekat pada masyarakat tertentu. Melalui lagu, warisan budaya seperti bahasa, adat istiadat, sejarah, dan kepercayaan dapat dilestarikan dan diwariskan dari generasi ke

generasi.

Selain itu, lagu-lagu tersebut sering kali digunakan dalam upacara adat, perayaan keagamaan, maupun momen-momen penting dalam kehidupan sosial masyarakat. Fungsi ini menjadikan lagu sebagai perekat sosial yang mampu mempererat hubungan antarindividu maupun antar kelompok dalam komunitas. Dengan menyanyikan lagu yang sama, masyarakat merasa terhubung dan memiliki rasa kebersamaan yang kuat.

Dalam konteks komunikasi dakwah, pemanfaatan lagu-lagu tradisional atau lagu bernuansa budaya lokal dapat menjadi strategi efektif untuk menyampaikan pesan keagamaan yang relevan dan lebih mudah diterima oleh masyarakat. Pendekatan ini menggabungkan nilai-nilai agama dengan identitas budaya sehingga dakwah dapat lebih mengakar dan berpengaruh dalam kehidupan sosial.

f. Fungsi Terapi (Musik Terapi)

Selain berfungsi sebagai media hiburan dan komunikasi, lagu dan musik juga memiliki peran

penting dalam bidang kesehatan, khususnya sebagai alat terapi emosional dan psikologis. Terapi musik telah banyak digunakan untuk membantu mengatasi berbagai kondisi kesehatan mental seperti stres, trauma, kecemasan, hingga gangguan perkembangan pada anak-anak.

Melalui stimulasi auditory dan respon emosional yang dihasilkan oleh musik, pasien dapat mengalami relaksasi, peningkatan mood, serta pengurangan gejala-gejala psikologis yang mengganggu. Terapi musik dapat memberikan ruang bagi pasien untuk mengekspresikan perasaan yang sulit diungkapkan dengan kata-kata, sehingga membantu proses penyembuhan secara holistik.

Penggunaan lagu dengan lirik yang positif dan menenangkan juga berkontribusi dalam meningkatkan kesehatan mental dan kesejahteraan psikologis seseorang. Oleh karena itu, musik dan lagu tidak hanya berperan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media yang efektif dalam mendukung terapi dan rehabilitasi kesehatan mental.

Dalam konteks dakwah, nilai terapeutik lagu dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan yang menenangkan dan menguatkan jiwa, sehingga pesan dakwah tidak hanya mengandung aspek edukatif tetapi juga penyembuhan spiritual.

g. Fungsi Religius

Lagu memiliki peran yang signifikan dalam kegiatan keagamaan sebagai sarana untuk meningkatkan kekhusyukan dan kedekatan spiritual. Dalam tradisi keagamaan, berbagai bentuk lagu seperti nasyid, kidung rohani, maupun lagu pujian kerap digunakan sebagai media untuk menyampaikan pujian, doa, dan ajaran agama secara musikal.

Penggunaan lagu dalam ibadah dan perayaan keagamaan tidak hanya memperindah suasana, tetapi juga membantu jamaah untuk lebih fokus dan mendalami makna spiritual yang disampaikan. Melodi dan lirik yang menyentuh hati dapat menguatkan rasa keimanan serta menumbuhkan kesadaran akan nilai-nilai keagamaan secara lebih mendalam.

Selain itu, lagu-lagu keagamaan juga berfungsi sebagai alat dakwah yang efektif dalam menyebarkan pesan-pesan moral dan ajaran Islam kepada masyarakat luas. Dengan kemasan yang mudah diterima dan dinikmati, lagu keagamaan dapat menjangkau berbagai kalangan, termasuk generasi muda yang mungkin lebih familiar dengan media musik modern.

Dengan demikian, lagu tidak hanya menjadi bagian dari ekspresi seni, tetapi juga menjadi media penting dalam praktik keagamaan dan dakwah.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis merujuk pada beberapa penelitian terdahulu yang relevan untuk memperkuat landasan teori serta membandingkan pendekatan yang digunakan. Adapun penelitian-penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Permana(2013) Penelitian ini menelaah nilai-nilai pendidikan karakter dalam lirik lagu anak-anak. Permana menyimpulkan bahwa lagu sebagai karya seni memiliki muatan moral yang kuat dan mampu membentuk karakter anak sejak dini. Meskipun

fokusnya pada lagu anak, temuan ini relevan sebagai penguat bahwa lirik lagu dapat mengandung pesan edukatif dan dakwah.

2. Wahid dan Saddhono (2016) Dalam penelitiannya yang berjudul “Ajaran Moral dalam Lirik Lagu Dolanan Anak”, Wahid dan Saddhono menemukan bahwa lagu dolanan sarat dengan ajaran moral dan sosial. Penelitian ini menggunakan analisis struktural-semiotik dan memberikan gambaran bahwa pesan moral dalam lagu dapat dikaji melalui pendekatan linguistik.
3. Hasta Wiyata (2023) Penelitian Hasta Wiyata berjudul “Makna Cinta dalam Lirik Lagu Bismillah Cinta” menggunakan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure. Hasilnya menunjukkan bahwa cinta dalam lagu ini tidak hanya bermakna romantis, tetapi juga bersifat spiritual dan religius, yang menyiratkan hubungan manusia dengan Tuhannya. Penelitian ini dekat dengan fokus kajian penulis, terutama dalam pendekatan semiotik dan interpretasi simbolik.
4. Putri, N. D. (2022) Dalam penelitiannya “Analisis Nilai Dakwah dalam Lagu Religi Ungu feat Lesti Bismillah Cinta”, Putri menggunakan pendekatan

kualitatif deskriptif. Ia menemukan adanya nilai-nilai tauhid, ibadah, dan akhlak dalam syair lagu tersebut. Lagu dinilai efektif sebagai media dakwah populer bagi generasi muda.

5. Hasanah, L. (2023) Dengan pendekatan semiologi Roland Barthes,

Elemen Simiologi	Penjelasan	Contoh Dalam Lagu Bismillah Cinta
Tanda (Sign)	Tanda adalah unit dasar dalam semiologi yang terdiri dari penanda dan petanda. Tanda dapat berupa kata, gambar, atau suara yang memiliki makna.	Lagu itu sendiri sebagai tanda yang membawa pesan dakwah
Penanda (Signifier)	Penanda adalah bentuk fisik dari tanda yang dapat berupa kata, suara, gambar, atau simbol yang ada dalam teks atau media	Kata-kata "Bismillah Cinta" sebagai penanda yang menonjol dalam lagu
Petanda (Signified)	Petanda adalah konsep atau makna yang terkandung dalam penanda. Ini adalah pengertian yang diterima oleh pendengar atau pembaca berdasarkan budaya dan pengalaman	"Bismillah" merujuk pada kata pembuka dalam agama Islam yang mengandung makna keberkahan dan keridhaan Allah, sedangkan "Cinta"
Makna Denotatif	Makna literal atau langsung yang terkandung dalam teks atau simbol	Lagu ini secara harfiah menyampaikan pesan tentang cinta yang

		dimulai dengan kata “Bismillah,” yang memiliki makna religius
Makna Konotatif	Makna yang lebih dalam atau makna tambahan yang dibentuk oleh budaya atau ideologi yang ada di masyarakat	Cinta dalam lagu ini bisa dilihat sebagai simbol kasih sayang yang lebih universal, yang dapat mencakup cinta pada Tuhan, pasangan, dan umat manusia
Mitos (Myth)	Mitos adalah konstruksi ideologis atau narasi yang dibentuk dalam masyarakat untuk memberikan makna tertentu pada fenomena sosial	Lagu ini dapat membentuk mitos bahwa cinta yang sejati harus dimulai dengan niat yang baik, dan dalam konteks agama Islam, cinta dimulai dengan ridha Allah.

6. Nurhalimah, S. (2021) Dalam tulisannya “Peran Lagu Religi sebagai Media Dakwah di Era Digital”, Nurhalimah menunjukkan bahwa lagu religi menjadi media yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah, terutama di era media sosial. Penelitian ini memperkuat peran lagu sebagai sarana dakwah kontemporer.

Penelitian-penelitian terdahulu memberikan dasar penting bagi penulis, namun memiliki beberapa

keterbatasan:

- a. Belum ada yang mengkhususkan pada nilai akhlak secara mendalam dalam lirik Bismillah Cinta.
- b. Analisis lebih banyak deskriptif daripada eksploratif atau interpretatif linguistik.