

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Setelah menentukan judul, kemudian peneliti mencari penelitian terdahulu yang memiliki kemiripan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Berikut adalah beberapa penelitian yang telah peneliti temukan kemudian menjadi bahan pertimbangan dalam penelitian yang akan dilakukan, yakni :

- 1) Pengaruh Tayangan Film “3 Idiots” Terhadap Persepsi Sistem Pembelajaran Perguruan Tinggi Negeri (Studi Pada Mahasiswa Trunojoyo Madura-Bangkalan, Jawa Timur) oleh Ahmad Fikri, NIM. 07.01.311.00004 Pogram Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya, Universitas Trunojoyo Madura.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang meneliti tentang pengaruh tayangan film 3 Idiots terhadap persepsi sistem pembelajaran Perguruan Tinggi Negeri (studi pada mahasiswa Trunojoyo Madura-Bangkalan, Jawa Timur). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode *survey* dengan cara membagikan kuisisioner pada sampel yang telah ditetapkan. Data yang telah terkumpul kemudian diolah menggunakan program SPSS 16. Hasil penelitian ini menyimpulkan

bahwa tayangan film 3 Idiots berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa tentang sistem pembelajaran di Perguruan Tinggi Negeri.¹

- 2) Nilai-Nilai Pendidikan Dalam Film 3 Idiots Dan Relevansinya Dengan Pendidikan Islam (2011) oleh Arif Hidayat, NIM. 07410166, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif melalui penelitian kepustakaan (*Library Research*) serta menggunakan pendekatan pragmatik dengan menggunakan teori semiotika. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode dokumentasi melalui film 3 Idiots serta dalam melakukan analisis, peneliti ini menggunakan metode deskriptif analisis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa film 3 Idiots mengandung nilai pendidikan, diantaranya : nilai pendidikan sosial, nilai pendidikan moral, nilai pendidikan estetika, dan nilai pengetahuan.²

- 3) Nilai-Nilai Pendidikan Karakter Dalam Film “3 Idiots” (2013) oleh Muhammad Syukron Maghfur, NIM. D01208142, Jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI) Fakultas Tarbiyah, IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif melalui penelitian kepustakaan (*Library Research*). Penelitian ini bertujuan untuk meneliti tentang nilai-nilai pendidikan karakter yang tertanam dalam film 3 Idiots. Menggunakan metode dokumentasi untuk pengumpulan data dan metode deskriptif analisis dalam melakukan analisis. Hasil dari penelitian ini

¹ <http://pta.trunojoyo.ac.id/welcome/detail/070131100004> - Diakses pada tanggal 4-Maret-2014

² <http://digilib.uin-suka.ac.id/6250/> - Diakses pada tanggal 4-Maret-2014

menunjukkan bahwa film 3 Idiots mengandung nilai pendidikan karakter, diantaranya: karakter cinta pada Tuhan dan ciptaan-Nya, mandiri dan tanggung jawab, jujur (amanah) dan diplomatis, hormat dan santun, dermawan, suka menolong dan tolong menolong atau gotong royong, percaya diri dan kerja keras, kepemimpinan dan keadilan, baik dan rendah hati, toleransi, kedamaian, dan kesatuan.³

Hal yang membedakan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah fokus penelitian. Pada penelitian ini, kajian penelitian difokuskan pada tanda yang muncul dalam visualisasi yang mengindikasikan adanya pesan dakwah dan pesan-pesan dakwah yang terdapat di dalam film 3 Idiots. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah tanda yang terdapat dalam visualisasi film 3 Idiots.

B. Konsep Dakwah

1. Definisi Dakwah

Secara etimologis, kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab yang mempunyai arti: panggilan, ajakan, dan seruan. Sedangkan dalam ilmu tata bahasa Arab, kata dakwah adalah bentuk dari *isim masdar*⁴ yang berasal dari kata kerja : دعا, يدعو, دعوة artinya : menyeru, memanggil,

³ <http://digilib.uinsby.ac.id/gdl.php?mod=browse&op=read&id=jiptiain--muhammadsy-10934&q=Agama> - Diakses pada tanggal 24-Mei-2014

⁴ Isim Masdar ialah lafad yang menunjukkan makna kejadian (hudust) tanpa disertai zaman namun tidak memuat semua huruf fiilnya bahkan kadang dikurangi baik secara lafdhi maupun taqdiri tanpa ada ganti .

mengajak. Sedangkan ditinjau dari segi terminologi, banyak sekali perbedaan pendapat tentang definisi dakwah di kalangan para ahli, antara lain:

1. Menurut Abu Risman, dakwah adalah segala usaha yang dilakukan oleh seorang muslim atau lebih untuk merangsang orang lain agar memahami, meyakini dan kemudian menghayati ajaran Islam sebagai pedoman hidup dan kehidupan.⁵
2. Menurut Abu Bakar Atjeh, dakwah adalah seruan kepada semua manusia untuk kembali dan hidup sepanjang ajaran Allah yang benar, yang dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasehat yang baik.⁶
3. Menurut Syaikh Abduh Ba'alawi, dakwah adalah mengajak membimbing, dan memimpin orang-orang yang belum mengerti atau sesat jalannya dari agama yang benar untuk dialihkan ke jalan ketaatan kepada Allah SWT, menyuruh mereka berbuat baik dan melarang mereka berbuat buruk agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.⁷

Dari definisi para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah kegiatan atau usaha memanggil orang muslim maupun non-muslim, dengan cara bijaksana kepada Islam sebagai jalan yang benar,

⁵Abu Risman, *Dakwah Islam Praktis dalam Pembangunan Suatu Pendekatan Sosiologis*, (Yogyakarta: PLP2M, 1985), hal. 12

⁶ Abu Bakar Atjeh, *Beberapa Catatan Mengenai Dakwah Islam*, (Semarang: Ramadani, 1979), hlm. 6.

⁷ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 2.

melalui penyampaian ajaran Islam untuk dipraktekkan dalam kehidupan nyata agar bisa hidup damai di dunia dan bahagia di akhirat.

2. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan atau message menurut Onong Uchjana Effendi yaitu “seperangkat lambang bermakna yang dilambangkan oleh komunikator, yang mana pesan-pesan tersebut disampaikan melalui simbol-simbol bermakna kepada penerima pesan atau komunikan”.⁸

Pesan dakwah (materi dakwah atau maddah) adalah pernyataan-pernyataan yang terdapat dan bersumber dari Al-Qur’an dan As-Sunnah atau sumber lain yang merupakan interpretasi dari kedua sumber tersebut yang berupa ajaran Islam.⁹

Dalam konteks penelitian ini pesan dakwah yang dimaksud adalah pernyataan-pernyataan atau simbol-simbol atau gagasan-gagasan dari tanda-tanda yang muncul dalam film 3 Idiots yang telah ditransliterasi ke dalam bahasa Indonesia dan mengandung ajaran Islam (keimanan, hukum dan akhlak) yang bertujuan *amar ma’ruf wa nahi munkar*.

⁸ Morisan dan Andy Corry Wardhany. *Teori Komunikasi*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), hlm. 43.

⁹ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1987), hlm. 43.

3. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang ada dalam kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah:¹⁰

a. Da'I (Komunikator Dakwah)

Da'i secara bahasa diambil dari bahasa arab, bentuk *isim fa'il* dari asal kata *da'a - yad'u - da'watan*, artinya orang yang melakukan dakwah. Secara terminologi, *da'i* yaitu setiap muslim yang berakal *mukallaf* (akil baligh) dengan kewajiban dakwah. *Da'i* adalah setiap orang yang hendak menyampaikan, mengajak orang ke jalan Allah.¹¹ Yakni orang yang melaksanakan dakwah baik lisan tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi atau lembaga.

b. Mad'u (Komunikan Dakwah)

Mad'u yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama Islam maupun tidak. Dengan kata lain, manusia secara keseluruhan¹².

¹⁰ Ibid.,288.

¹¹ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hlm. 34

¹² M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), edisi ke-1, Cet. Ke-2, hlm. 23

c. Maddah (Materi atau Pesan Dakwah)

Materi (*maddah*) dakwah adalah masalah isi pesan atau materi yang di sampaikan da'i kepada mad'u, pada dasarnya bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadits sebagai sumber utama yang meliputi *aqidah* (kepercayaan), *syariah* (hukum), dan *akhlak* (perbuatan).¹³

a. Masalah Aqidah

Aqidah dalam Islam bersifat batiniyah yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman, serta masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya meliputi syirik (menyekutukan adanya Tuhan), ingkar dengan adanya Tuhan, dan sebagainya.

b. Masalah Syariah

Syari'ah dalam Islam berhubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka mentaati semua peraturan atau hukum Allah SWT guna mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya dan mengatur pergaulan hidup antara sesama manusia. Artinya bahwa masalah-masalah yang berhubungan dengan syari'ah bukan hanya terbatas pada hubungan ibadah dengan Allah SWT, tetapi masalah-

¹³ Munzier Saputra dan Harjani Hefni, *Metode Dakwah*, (Jakarta, Prenada Media, 2006), Cet. Ke-2. ed.rev, hlm. 106.

masalah yang berkenaan dengan pergaulan hidup antara sesama manusia diperlukan juga.

c. Masalah Akhlak

Sebagai materi dakwah, masalah akhlak diperlukan untuk menyempurnakan keimanan dan keislaman.

Sedangkan Barmawie Umary membagi materi dakwah lebih rinci lagi, yaitu menjadi sepuluh materi, meliputi: aqidah, akhlaq, akhkam, ukhuwah, pendidikan, sosial, kebudayaan, kemasyarakatan, amar ma'ruf, dan nahi mungkar.¹⁴

1. Aqidah

Menyebarkan dan menanamkan pengertian-pengertian akidah Islamiyah yang berpangkal dari rukun iman dan segala perinciannya.

2. Akhlak

Menerangkan akhlak yang baik dan akhlak yang buruk dengan segala dasar, hasil, dan akibatnya.

3. Ahkam

Menjelaskan aneka hukum meliputi ibadah, peradilan, jual beli, yang wajib diamalkan oleh setiap muslim.

¹⁴ Barmawie Umary, *Azas-Azas Ilmu Dakwah*, (Solo: Ramdani, 1969), hlm. 56-58.

4. Ukhuwah

Menggambarkan nilai persaudaraan yang dikehendaki oleh Islam antar penganutnya, serta sikap pemeluk Islam terhadap pemeluk golongan lain.

5. Pendidikan

Melukiskan sistem pendidikan yang telah dipraktekkan oleh pendidik Islam di masa lampau dan bagaimana penerapan teori pendidikan Islam di masa sekarang.

6. Sosial

Mengemukakan nilai solidaritas menurut tuntunan Islam, tolong menolong, kerukunan hidup antar sesama manusia sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Al-Hadits.

7. Kebudayaan

Mengarahkan dan mengembangkan kebudayaan yang tidak bertentangan dengan norma-norma agama.

8. Kemasyarakatan

Menguraikan konstruksi masyarakat yang penuh berisi ajaran Islam dengan tujuan keadilan dan kemakmuran bersama.

9. Amar Ma'ruf

Mengajak manusia untuk berbuat baik guna memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akherat.

10. Nahi Munkar

Melarang manusia dari perbuatan jahat agar terhindar dari kerusakan yang akan menimpa di dunia dan di akhirat.

d. Thoriqoh (Metode Dakwah)

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu “*meta*” (melalui) dan “*hodos*” (jalan, cara).¹⁵ Dengan kata lain metode diartikan sebagai cara atau jalan yang telah diatur melalui proses pemikiran, dan harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan.

Sedangkan arti metode dakwah menurut beberapa pakar yang kemudian disederhanakan oleh Toto Tasmara menyatakan bahwa metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang da'i (komunikator) kepada mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.¹⁶

¹⁵ M. Arifm, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), Cet. I, hlm. 61.

¹⁶ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), Cet. I, hlm. 43.

Ada 3 cakupan metode dalam dakwah yang terkandung di dalam Qs. An-Nahl ayat 125, yaitu:¹⁷

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ
بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ
وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ^{١٢٥}

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik serta bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dia lah yang lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.

1. Metode Al Hikmah

Al Hikmah menurut bahasa berarti adil, ilmu, sabar, pengetahuan atau ma’rifat. Sedangkan menurut istilah Al hikmah berarti menyampaikan dakwah dengan cara yang arif dan bijaksana, yaitu melakukan pendekatan sedemikian rupa sehingga pihak obyek dakwah mampu melaksanakan dakwah atas kemauannya sendiri, tidak merasa ada paksaan, tekanan maupun konflik. Dengan kata lain metode Al hikmah merupakan suatu metode pendekatan komunikasi dakwah yang dilakukan atas dasar persuasif.

2. Metode Al Mau’idzah al Hasanah

Al Mau’idzah al Hasanah terdiri dari dua kata yaitu mau’idzah dan hasanah. Kata *mau’idzah* berarti nasihat atau

¹⁷ Ibid., 244.

peringatan dan *hasanah* artinya kebaikan. Pengertiannya secara istilah menurut Imam Abdullah bin Ahmad an Nasafi adalah: “Al Mau’idzatul hasanah adalah perkataan yang tidak tersembunyi bagi mereka, bahwa engkau memberi nasihat dan menghendaki manfaat kepada mereka atau dengan Al Qur’an”.

3. Metode Al Mujadalah Bi-al-Lati Hiya Ahsan

Al Mujadalah menurut bahasa adalah dialog. Berasal dari kata “*jadala*” yang menurut Dr. Quraisy Shihab bermakna “menarik tali dan mengikatnya guna menguatkan sesuatu”, maka perdebatan ibarat menarik dengan ucapan untuk meyakinkan lawannya dengan menguatkan pendapatnya melalui argumentasi yang disampaikan.

e. Washilah (Media Dakwah)

Wasilah (media) dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad’u. untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah.

Aminuddin Sanwar dalam buku *Pengantar Ilmu Dakwah* mengelompokkan dakwah berdasarkan media yang digunakan dalam enam macam.¹⁸

1. Dakwah melalui saluran lisan

Yang dimaksud dengan dakwah melalui saluran lisan adalah dakwah secara langsung dimana da'i menyampaikan ajaran dakwahnya kepada mad'u. Adapun peralatan yang dipakai untuk berdakwah melalui saluran lisan adalah radio, TV, dan sebagainya.

2. Dakwah melalui saluran tertulis

Dakwah melalui saluran tertulis adalah kegiatan dakwah yang dilakukan melalui tulisan-tulisan. Kegiatan dakwah secara tertulis ini dapat dilakukan melalui surat kabar, majalah, buku-buku, brosur-brosur, selebaran, buletin, spanduk, dan lain sebagainya.

3. Dakwah melalui saluran visual

Berdakwah melalui saluran visual adalah kegiatan dakwah yang dilakukan dengan melalui alat-alat yang dapat dilihat oleh mata manusia atau dapat ditatap dalam menikmatinya. Alat-alat visual ini dapat berupa kegiatan

¹⁸ M. Aminuddin Sanwar, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, 1986), hlm. 77-78.

pentas pantomim, seni lukis, seni ukir, kaligrafi dan lain sebagainya.

4. Dakwah melalui saluran audio

Berdakwah dengan menggunakan media audio adalah dakwah yang dilakukan dan dipakai dengan perantaraan pendengaran. Yang termasuk dalam media audio ini adalah radio, kaset (rekaman), dan sebagainya.

5. Dakwah melalui saluran audio visual

Dakwah melalui media ini merupakan gabungan dari media audio dan media visual. Dengan media ini, dakwah dapat dinikmati mad'u dengan mendengar dan melihat secara langsung. Peralatan audio visual ini antara lain TV, seni drama, wayang kulit, video, dan lain-lain.

6. Dakwah melalui keteladanan

Penyampaian dakwah melalui keteladanan adalah penampakan konsekuensi da'i antara pernyataan dan pelaksanaan. Dengan keteladanan ini, memudahkan mad'u untuk meniru perbuatan yang dilakukan oleh da'i.

f. Atsar (Efek Dakwah)

Dalam setiap aktifitas dakwah pasti akan menimbulkan reaksi. Artinya, jika dakwah telah dilakukan oleh da'i dengan materi dakwah, wasilah dan thariqah tertentu, maka akan timbul respon atau efek (atsar) pada mad'u (objek dakwah). Dengan kata lain atsar adalah respon atau efek yang timbul pada mad'u setelah menerima pesan dakwah.

C. Semiotika

Dalam kehidupan sehari-hari manusia berkomunikasi untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut John Fiske, manusia menggunakan simbol berupa bahasa di dalam melakukan komunikasi. Proses penyampaian pesan yang merupakan produk gagasan tersebut, disamping bersifat lisan dituangkan pula dalam bentuk karya tulisan dan gambar-gambar seperti sastra, seni, tari, lukis, film dan lain sebagainya.¹⁹

Semiotika (Amerika) atau semiologi (Eropa)²⁰ menurut Cobley dan Janz yang dikutip Sudjiman Van Zoest berasal dari kata Yunani, yaitu:

¹⁹ Art Van Zoest, *Semiotika Tentang Tanda, Cara Kerjanya, Dan Apa Yang Dilakukannya*, (Jakarta: Sumber Agung, 1993), hlm. 109.

²⁰Semiotics atau semiotika adalah istilah yang dipakai para ahli linguistik Amerika yang menganut tradisi Charles Sanders Peirce (1839-1914). Sedangkan Semiology atau semiologi adalah istilah yang dipakai para ahli *linguistic* Eropa yang menganut tradisi Ferdinand De Saussure (1857-1913). Namun Istilah semiotika lebih populer pemakaiannya dikalangan pengguna teori semiotika.

“*semeion*” yang berarti tanda, atau “*seme*” yang berarti penafsiran tanda.²¹ Semiotika adalah studi mengenai tanda (*signs*) dan simbol yang merupakan tradisi penting dalam pemikiran tradisi komunikasi.²² Menurut Hasan, Semiotika meliputi tanda-tanda visual dan verbal serta *tactile* dan *olfactory* (semua tanda atau sinyal yang bisa diakses dan bisa diterima oleh seluruh indera yang dimiliki) ketika tanda-tanda tersebut membentuk sistem kode yang secara sistematis menyampaikan informasi atau pesan secara tertulis di setiap kegiatan dan perilaku manusia.²³

Dalam artian yang lebih sederhana semiotika adalah ilmu yang membahas tentang tanda dan bagaimana tanda-tanda itu bekerja. Ini diartikan sebagai studi tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya, cara berfungsinya, hubungan dengan tanda-tanda yang lain, pengirimannya dan penerimaannya oleh mereka yang menggunakannya.²⁴ Sedangkan tanda itu sendiri di definisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dan dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain.²⁵

Hingga sekarang ini, bidang-bidang studi semiotika sangatlah beragam, dari kajian perilaku komunikasi hewan (*zoosemiotics*) sampai dengan analisis atas sistem-sistem pemaknaan seperti komunikasi tubuh (kinetik dan progsemik), tanda-tanda bebauan (*olfactory signs*), teori estetika,

²¹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 6.

²² Morisan dan Andy Corry Wardhani, *Teori Komunikasi*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), hlm. 27.

²³ *Ibid.*, 30.

²⁴ Rakhmat Kriyantono, *Tekhnik Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hal. 263.

²⁵ Alex Sobur, *semiotika komunikasi*, 95.

retorika, dan seterusnya.²⁶ Selain itu, kajian semiotika dibedakan menjadi dua bagian, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi. Semiotika komunikasi berakar pada pemikiran Charles S. Peirce tentang produksi tanda secara sosial dan proses interpretasi yang tanpa akhir (*semiosis*). Sedangkan Semiotika signifikasi merujuk pada pemikiran Ferdinand De Saussure. Menurutnya tanda adalah sebagai sebuah sistem dan struktur, namun tidak mengabaikan penggunaannya oleh individu-individu di dalam konteks sosial.

Sementara itu menurut Charles Morris, seorang filsuf yang juga menaruh perhatian besar pada ilmu tentang tanda-tanda, semiotika pada dasarnya dapat dibedakan ke dalam tiga cabang penyelidikan, yakni sintaktik, semantik, dan pragmatik.²⁷

1. Sintaktik atau sintaksis adalah suatu cabang penyelidikan semiotika yang mengkaji hubungan antara satu tanda dengan tanda-tanda yang lain.
2. Semantik adalah cabang penyelidikan semiotika yang mengkaji hubungan diantara tanda-tanda dengan designata (makna tanda-tanda sebelum digunakan di dalam tuturan tertentu) atau objek-objek yang diacunya.
3. Pragmatik adalah cabang penyelidikan semiotika yang mengkaji tentang hubungan diantara tanda-tanda dengan pemakainya (interpreter).

²⁶ Kris Budiman, *Semiotika Visual*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), hlm. 4.

²⁷ Ibid.

Tokoh yang menjadi tonggak lahirnya semiotika modern adalah Charles Sanders Peirce (1839-1914) dan Ferdinand De Saussure (1857-1913). Peirce mengemukakan teori segitiga makna atau *Triangle Meaning* yang terdiri dari tiga elemen utama, yakni tanda (*sign*), *object*, dan *interpretant*. Tanda adalah sesuatu yang berbentuk fisik yang dapat ditangkap oleh panca indera manusia dan merupakan sesuatu yang merujuk (merepresentasikan) hal lain di luar tanda itu sendiri.

Tanda menurut Peirce terdiri dari Simbol (tanda yang muncul dari kesepakatan), Ikon (tanda yang muncul dari perwakilan fisik) dan Indeks (tanda yang muncul dari hubungan sebab-akibat).²⁸ Sedangkan acuan tanda ini disebut objek. Objek atau acuan tanda adalah konteks sosial yang menjadi referensi dari tanda atau sesuatu yang dirujuk tanda. Sedangkan, *Interpretant* atau pengguna tanda adalah konsep pemikiran dari orang yang menggunakan tanda dan menurunkannya ke suatu makna tertentu atau makna yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda.

Lain halnya menurut Ferdinand De Saussure yang menyerang para pendahulunya yang menggunakan pemahaman historis, dimana menurut pemahaman historis studi bahasa berfokus kepada perilaku linguistik yang nyata atau di sebut *Parole*. Sedangkan Ferdinand de Saussure menggunakan

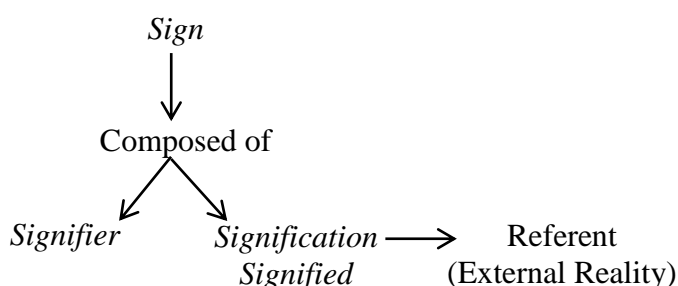
²⁸ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: Rosda Karya, 2006), hlm. 42.

pendekatan anti historis yang melihat bahasa sebagai sebuah sistem yang utuh dan harmonis secara internal, kemudian ini di sebut sebagai *Langue*.²⁹

Sedikitnya ada lima pandangan Ferdinand de Saussure yang terkenal, yaitu pandangan tentang: (1) *Signifier* (petanda) dan *Signified* (penanda); (2) *Form* (bentuk) dan *Content* (isi); (3) *Langue* (struktur abstraksi bahasa), *Parole* (tuturan, ujaran), dan *Langage* ; (4) *Synchronic* (sinkronik) dan *Diachronic* (diakronik); serta (5) *Syntagmatic* (sintagmatik) dan *Associative* (paradigmatik).³⁰

1. *Signifier* (penanda) adalah kesan bunyi yang didapatkan dari mulut penutur (individu). Sedangkan *Signified* (petanda) adalah konsep atau citraan yang ditunjuk oleh penanda, namun ia hanya bisa dirasakan dalam mental pikiran para penutur. Penanda membentuk aspek material bahasa, sedangkan petanda membentuk aspek makna bahasa.³¹ Kemudian *referent* atau *external reality* adalah Objek.

Tabel 2.1



Sumber: McQuail dalam Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 268.

²⁹ Indiwana Seto W.W., *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian Dan Skripsi Komunikasi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), Edisi 2, Hlm. 20.

³⁰ Alex Sobur, *semiotika komunikasi*. 46.

³¹ Muhammad Al-Fayadl, *Derrida*, (Yogyakarta: LKIS, 2005), hlm. 37.

2. *Form* (bentuk) adalah wadah dan *content* (isi) adalah sesuatu yang tidak berubah. Dalam konsep ini, isi boleh saja berganti tetapi makna dari wadah masih tetap berfungsi sama. Untuk menjelaskan konsep ini memang agak sulit. Kiasan yang sering digunakan Ahimsa-Putra untuk menggambarkan kedudukan wadah (*form*) dan isi adalah kereta api.³²
3. *Langue* (bahasa) adalah Struktur abstraksi bahasa, yaitu keseluruhan kebiasaan yang diperoleh secara pasif yang diajarkan oleh masyarakat bahasa, yang memungkinkan para penutur saling memahami dan menghasilkan unsur-unsur yang dipahami penutur dalam masyarakat.³³ Berbeda dengan pemahaman tentang *langue*, *parole* (tuturan, ujaran) merupakan bagian yang sepenuhnya individual.³⁴ Dalam artian penggunaan aktual bahasa sebagai tindakan individu-individu penutur. *Langage* menurut Saussure lebih merujuk pada relasi kesatuan *langue* dan *parole* yang disebut sebagai bahasa.
4. *Synchronic* (sinkronik) adalah mempelajari suatu bahasa pada satu kurun waktu tertentu saja. Sedangkan *Diachronic* (diakronik) adalah telaah bahasa sepanjang masa selama bahasa itu digunakan oleh para

³² Baca contoh wadah dan isi menurut Ahimsa-Putra dalam Alex Sobur, *Ibid.*, hlm. 48.

³³ Harimurti Kridaleksana, *Ibid.*, hlm. 19.

³⁴ Kris Budiman, *Semiotika Visual: Konsep, Isi dan Problem Ikonisitas*, (Yogyakarta, Jalasutra, 2011), hlm. 25.

penuturnya. Menurut Saussure di dalam studi linguistik harus memperhatikan sinkronik terlebih dahulu sebelum diakronik.

5. *Syntagmatic* (sintagmatik) adalah hubungan antara unsur-unsur yang terdapat dalam suatu tuturan, yang tersusun secara berurutan, dan bersifat linear. Hubungan *sintagmatik* pada tataran fonologi tampak pada urutan fonem-fonem dengan urutan /k, i, t, a, b/. Apabila urutannya diubah, maka maknanya akan berubah, atau tidak bermakna sama sekali. *Associative* (paradigmatik) adalah hubungan antara unsur-unsur yang terdapat dalam suatu tuturan dengan unsur-unsur sejenis yang tidak terdapat dalam tuturan yang bersangkutan. Hubungan *paradigmatik* pada tataran fonologi tampak pada contoh: antara bunyi /r/, /k/, /b/, /m/, dan /d/ yang terdapat pada kata *rata, kata, bata, mata, dan data*.³⁵

D. Konsep Film

1. Pengertian Film

Film adalah bagian dari media massa. Film juga memiliki fungsi sebagai media dakwah. Film adalah gambar-hidup yang juga sering disebut *movie*. Film juga secara kolektif sering disebut sebagai sinema. Sinema itu sendiri bersumber dari kata kinematik atau gerak.³⁶ Film juga

³⁵ Ibid.,28

³⁶ Anton Mabruki KN, *Penulisan Naskah TV*, (Depok: Mind 8 Publishing House, 2013), hlm. 3.

sebenarnya merupakan lapisan-lapisan cairan selulosa, biasa di kenal di dunia para sineas sebagai seluloid.³⁷

Definisi Film pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2009 Tentang Perfilman (UU baru tentang perfilman), “Film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan”.³⁸ Dari definisi ini, perlu diperhatikan bahwa film merupakan “pranata sosial” diambil dari kata “*nata*” (bahasa jawa) yang berarti menata artinya film mempunyai fungsi mempengaruhi orang, baik bersifat negatif ataupun positif bergantung dari pengalaman dan pengetahuan individu. Tetapi secara umum film adalah media komunikasi yang mampu mempengaruhi cara pandang bahkan tingkah laku individu yang kemudian akan membentuk karakter suatu bangsa.

Film menjadi media yang sangat berpengaruh, melebihi media-media yang lain, karena secara audio dan visual dia bekerja sama dengan baik dalam membuat penontonnya tidak bosan dan lebih mudah mengingat, karena formatnya yang menarik.

³⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia, terbitan Balai Pustaka 1990, hlm. 242.

³⁸ Anton Mabruki KN, *Penulisan Naskah TV*, (Depok: Mind 8 Publishing House, 2013), hlm. 3.

2. Struktur Film, yaitu:

- a. Pembagian cerita (*scene*)
- b. Pembagian adegan (*squene*)
- c. Jenis pengambilan gambar (*shoot*)
- d. Pemilihan adegan pembuka (*opening*)
- e. Alur cerita dan *contuinity*
- f. *Intrigue* meliputi *jealousy*, pengkhianatan, rahasia bocor, tipu muslihat,dll.
- g. Anti klimaks, penyelesaian masalah.
- h. *Ending*, pemilihan adegan penutup.³⁹

3. Jenis-jenis Film

a. Film Cerita (Fiksi)

Film cerita merupakan film yang dibuat atau diproduksi berdasarkan cerita yang dikarang dan dimainkan oleh aktor dan aktris. Kebanyakan atau pada umumnya film cerita bersifat komersial. Pengertian komersial diartikan bahwa film dipertontonkan di bioskop dengan harga karcis tertentu. Artinya, untuk menonton film itu di gedung bioskop, penonton harus membeli karcis terlebih dulu.

³⁹ Diolah dari berbagai sumber internet.

Demikian pula bila ditayangkan di televisi, penayangannya didukung dengan sponsor iklan tertentu pula.⁴⁰

b. Film Non- Cerita (Non Fiksi)

Film noncerita adalah film yang mengambil kenyataan sebagai subyeknya. Film non cerita ini terbagi atas dua kategori, yaitu :

1. Film Faktual: menampilkan fakta atau kenyataan yang ada, dimana kamera sekedar merekam suatu kejadian. Sekarang, film factual dikenal sebagai film berita (news-reel), yang menekankan pada sisi pemberitaan suatu kejadian aktual.
2. Film dokumenter : selain fakta, juga mengandung subyektifitas pembuat yang diartikan sebagai sikap atau opini terhadap peristiwa, sehingga persepsi tentang kenyataan akan sangat tergantung pada si pembuat film dokumenter tersebut.⁴¹

4. Menurut Tema (Genre)

a. Drama

Tema ini lebih menekankan pada sisi *human interes*⁴² yang bertujuan mengajak penonton ikut merasakan kejadian yang dialami tokohnya, sehingga penonton merasa seakan-akan berada di dalam

⁴⁰ Diolah dari: Marseli Sumarno, *Dasar-dasar Apresiasi Film*, (Jakarta : PT.Grasindo, 1996)

⁴¹ Ibid.

⁴² *Human Interest* adalah penekanan (biasanya) pada orang yang berusaha mengungkap sisi emosional untuk pembaca. Sumber: Tom E Rolnicki, *Pengantar Dasar Jurnalisme*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2008) dialih bahasakan oleh Tri Wibowo hlm. 413.

film tersebut. Tidak jarang penonton yang merasakan sedih, senang, kecewa, bahkan ikut marah.

b. Action (Aksi)

Tema *action* (Aksi) mengutamakan adegan-adegan perkelahian, pertempuran dengan senjata, atau kebut-kebutan kendaraan antara tokoh yang baik (protagonis) dengan tokoh yang jahat (antagonis), sehingga penonton ikut merasakan ketegangan, was-was, takut, bahkan bisa ikut bangga terhadap kemenangan si tokoh utama.

c. Comedy (Komedi)

Tema film *comedy* (komedi) intinya adalah mengutamakan tontonan yang membuat penonton tersenyum, atau bahkan tertawa terbahak-bahak karena sifatnya yang lucu. Film komedi berbeda dengan lawakan, karena film komedi tidak harus dimainkan oleh pelawak, tetapi pemain biasa pun bisa memerankan tokoh yang lucu.

d. Tragedy (Tragedi)

Film yang bertemakan tragedi, umumnya mengetengahkan kondisi atau nasib yang dialami oleh tokoh utama pada film tersebut. Nasib yang dialami biasanya membuat penonton merasa kasihan / prihatin / iba.

e. Horor

Film bertemakan horor selalu menampilkan adegan-adegan yang menyeramkan sehingga membuat penontonnya merinding karena perasaan takutnya. Hal ini karena film horor selalu berkaitan dengan dunia gaib/magis, yang dibuat dengan special effect, animasi, atau langsung dari tokoh-tokoh dalam film tersebut.⁴³

Dari literatur di atas, diketahui film *3 Idiots* adalah film fiksi drama-komedi dengan tema pendidikan, yang dibuat sesuai dengan standarisasi perfilman Internasional.

E. Film Sebagai Media Dakwah

Media (jamak: medium) berarti perantara, yaitu alat atau sarana yang digunakan komunikator dakwah untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Di dalam definisi teori komunikasi Harold D. Laswell,⁴⁴ media disebut sebagai “saluran” (*channel*) untuk memudahkan penyampaian pesan. Media komunikasi terdiri atas lambang-lambang (simbol-simbol) kata, gambar, tindakan atau perilaku, dan berbagai teknik serta media yang digunakan untuk berkomunikasi. Media komunikasi sama halnya dengan media massa, yang menurut Harold D. Laswell media massa memiliki fungsi sebagai; media informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to*

⁴³ Diolah dari: Askurifai Baksin, *Membuat Film Indi Itu Gampang*, (Bandung: Katarsis, 2003)

⁴⁴ Definisi komunikasi menurut Harold D. Laswell adalah *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

entertain). Sedangkan menurut UU No. 40/1999 tentang Pers, selain ketiga fungsi yang telah diungkapkan Laswell, media massa memiliki fungsi tambahan yaitu fungsi pengawasan sosial (*social control*). Kemudian dalam perkembangannya, media massa juga memiliki fungsi politik yakni media propaganda sebagai akibat dari sistem kapitalis media.

Secara umum, keunggulan dakwah melalui media film terangkum dalam karakteristik dan keunggulan komunikasi massa dan media massa. Definisi komunikasi massa menurut Jalaluddin Rakhmat adalah komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik (*communicate with mass media*) sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.⁴⁵ Sedangkan karakteristik komunikasi massa adalah komunikator melembaga (*institutionalized communicator*), komunikator tidak individual tetapi secara tim (*collective communication*) sesuai dengan kebijakan lembaga media; pesannya bersifat umum sehingga bisa diterima publik yang heterogen; menimbulkan keserempakan (*simultaneous*) dan keserentakan (*instantaneous*) penerimaan oleh massa; komunikasi atau penerimanya bersifat heterogen; dan berlangsung satu arah (*one way traffic communication*).⁴⁶ Akhirnya, film memiliki peranan penting dalam dakwah.

Di dalam Undang-undang No. 33 Tahun 2009 Tentang Perfilman, dirumuskan, “Film adalah karya seni budaya yang merupakan pranata sosial

⁴⁵ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994), hlm.178

⁴⁶ Ebook: Asep Syamsul M. Romli, *Komunikasi Dakwah, Pendekatan Praktis*, hlm. 39.

dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan.”⁴⁷ Dengan demikian film dipandang selain sebagai media karya seni budaya dan sebagai pranata sosial (*social institution*), film juga merupakan media komunikasi massa karena dapat dipertontonkan kepada orang banyak, dengan kaidah-kaidah sinematografi.⁴⁸ Sebagai media komunikasi massa, film dapat menjadi media dakwah yang efektif dengan pendekatan seni budaya, yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan pesan dakwah yang disajikan dengan menarik sehingga memiliki daya pengaruh yang besar.

Sifat film yang *audio-visual* memungkinkan film dapat dinikmati semua kalangan dari khalayak, tidak terbatas usia dan pendidikan. Inilah keunggulan film di dalam hal daya efektifitas terhadap penonton. Selain itu film juga dapat membangkitkan emosi seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu sesuai pesan yang disampaikan film kepada pemirsanya. Inilah yang membuat pesan yang disampaikan film lebih mudah diingat. Dengan demikian dapat dipahami bahwa film memiliki kekuatan mempengaruhi yang sangat besar, dan sumber dari kekuatannya itu ialah pada emosi dari khalayak.

⁴⁷ <http://www.lsf.go.id/film.php?module=peraturan&sub=detail&id=9> Diakses tanggal 12-Jan-2014

⁴⁸ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 105.

Dalam proses pelaksanaan dakwah, film memiliki posisi dan peran penyampai (*transmitter*) berbagai pesan dakwah (*al khayr*⁴⁹, *amr ma'ruf*, dan *nahy munkar*) dari pihak-pihak diluar dirinya, sekaligus sebagai pengirim (*sender*) pesan dakwah yang dibuat (*constructed*) oleh para produser kepada khalayak (*audience*).⁵⁰ Terkait dengan pengaruh yang terjadi dimasyarakat, film memiliki peranan yang penting, karena film terlibat dalam pembuatan wacana dengan melakukan rekonstruksi dan dekonstruksi peristiwa-peristiwa yang terjadi dalam masyarakat. Selain itu, film ternyata sering kali tidak hanya bertindak sebagai “penyampai”, melainkan juga sebagai “agen” yang berafiliasi dengan suatu kelompok tertentu. Dengan demikian dapat dipahami bahwa film mempunyai kekuatan yang besar dalam mempengaruhi penonton dan media yang efektif dalam dakwah di era globalisasi ini.

F. Nilai-nilai Dalam Film

Sebuah film pastilah mengandung nilai-nilai yang ingin di sampaikan produser kepada penontonnya. Nilai atau dalam bahasa Inggris disebut *value* yang berarti harga, penghargaan, atau tafsiran. Maksudnya adalah harga atau penghargaan yang melekat pada sebuah objek. Objek yang dimaksud adalah berbentuk benda, barang, keadaan, perbuatan, atau perilaku. Nilai adalah sesuatu yang abstrak, bukan konkret. Nilai hanya bisa dipikirkan, dipahami,

⁴⁹ Al-khayr adalah nilai-nilai universal yang diajarkan sesuai dengan Al-Qur'an dan Al-Hadits. (QS. An-Nahl 125)

⁵⁰ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 90.

dan dihayati. Nilai juga berkaitan dengan cita-cita, harapan, keyakinan, dan hal-hal yang bersifat batiniah. Menilai berarti menimbang, yaitu kegiatan manusia yang menghubungkan sesuatu dengan sesuatu yang lain untuk mengambil suatu keputusan.

Menurut beberapa ahli nilai (*value*) didefinisikan sebagai berikut:

1. Menurut Bambang Daroeso, nilai adalah suatu kualitas atau penghargaan terhadap sesuatu, yang menjadi dasar penentu tingkah laku seseorang.
2. Menurut Darji Darmodiharjo nilai adalah kualitas atau keadaan yang bermanfaat bagi manusia baik lahir ataupun batin.⁵¹
3. Nilai adalah alat yang digunakan individu untuk menunjukkan alasan dasar bahwa sesuatu disukai secara sosial, karena memuat elemen pertimbangan yang membawa ide-ide seorang individu mengenai hal-hal yang benar dan salah, baik dan buruk, diinginkan atau tidak diinginkan.⁵²

Dari semua pengertian tersebut dapat di simpulkan bahwa nilai merupakan suatu bentuk penghargaan serta keadaan yang bermanfaat bagi manusia yang memuat tentang ide-ide mengenai hal-hal yang dianggap benar dan salah, baik dan buruk, diinginkan atau tidak diinginkan, sebagai pertimbangan dalam menentukan dan acuan dalam melakukan suatu

⁵¹ Herimanto dan Winarno, *Ilmu Sosial Dan Budaya Dasar*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 126-127.

⁵² Diolah dari sumber: <http://id.wikipedia.org/wiki/Nilai> - Diakses pada tanggal 27-Mei-2014.

tindakan. Dengan adanya nilai maka seseorang dapat menentukan bagaimana ia harus bertingkah laku agar tingkah lakunya tersebut tidak menyimpang dari norma yang berlaku, karena di dalam nilai terdapat norma–norma yang dijadikan suatu batasan tingkah laku seseorang.

Menurut Prof. Dr. Notonegoro ada tiga macam nilai, yaitu :

1. *Nilai Materiil*, yakni sesuatu yang berguna bagi jasmani manusia.
2. *Nilai Vital*, yakni sesuatu yang berguna bagi manusia untuk dapat melaksanakan kegiatan.
3. *Nilai Kerohanian*, dibedakan menjadi 4 macam, yaitu :
 - a. Nilai Kebenaran bersumber pada akal pikiran manusia (rasio, budi, dan cipta).
 - b. Nilai Estetika (keindahan) bersumber pada rasa manusia.
 - c. Nilai Kebaikan atau nilai moral bersumber pada kehendak keras, keras hati, dan nurani manusia.
 - d. Nilai Religius (ke-Tuhanan) yang bersifat mutlak dan bersumber pada keyakinan manusia.⁵³

⁵³ Herimanto dan Winarno, *ilmu sosial dan budaya dasar*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 128-129.