

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Berdasarkan penelusuran penulis, beberapa penelitian yang mengkaji tentang dakwah dan film telah banyak dilakukan, namun belum ada yang mengkaji tentang “Pesan Dakwah dalam Film Surga Yang Tak Dirindukan”. Berikut penulis paparkan beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan tema penelitian ini :

1. Pesan Moral Islami Dalam Film Tanda Tanya “?” (Analisis Semiotika Model Roland Barthes) oleh Khairun Nisaa Abdillah, NIM. 08210083, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2014. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif-kualitatif. Subyek penelitiannya adalah film Tanda Tanya “?”. Obyek penelitiannya adalah gambar-gambar yang memiliki muatan pesan moral dalam film Tanda Tanya “?”. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis semiotika. Kesimpulan dari penelitian film Tanda Tanya “?” peneliti menemukan tanda-tanda yang memiliki muatan pesan moral yaitu : pesan moral yang mengacu pada tawadhu, 2. Pesan moral Islam yang mengacu pada sikap lemah lembut, 3. Pesan Moral Islam yang mengacu untuk

beramal shaleh, 4. Pesan Moral Islam yang mengacu pada sikap sabar, 5. Pesan Moral Islam yang mengacu pada sikap memaafkan.

2. Pesan Dakwah dalam Film 3 Idiots (Studi Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure) oleh Fuad Hasan Sulthon Al As Har, NIM. 9.335.008.09, Program Studi Komunikasi Islam Jurusan Ushuluddin dan Ilmu Sosial Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri 2015.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis semiotika pendekatan Ferdinand De Saussure. Secara umum di dalam konsep semiotika Ferdinand De Saussure terdapat tiga pandangan mengenai tanda, yaitu: (1) *Signifier* (Penanda) dan *Signified* (petanda), (2) *Langue* (struktur/sistem abstraksi bahasa), *Perole*(tuturan, ujaran), (3) *Sintagmatic* (sintagmatik) dan *Associative* (paradigmatik). Sedangkan analisis pesan dakwah dilakukan untuk melihat pesan-pesan dakwah Islam yang muncul dalam film 3 Idiots. Analisis data meliputi tahapan antara lain : mengumpulkan data (*teks, audio, visual*), menelaah data dari berbagai sumber, menganalisa tanda sesuai dengan model semiotika Ferdinand De Saussure, mengklasifikannya kedalam cakupan pesan dakwah, penarikan kesimpulan. Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa, didalam film 3 Idiots terdapat sepuluh pesan dakwah yaitu : 1) pesan spiritual. 2) pesan penghargaan terhadap suatu jasa. 3) pesan moralitas. 4) pesan persaudaraan. 5) pesan pendidikan. 6) pesan solidaritas. 7) pesan toleransi.

8) pesan kerukunan antar umat beragama. 9) pesan kesabaran. 10) pesan hukum minum-minuman keras dan hukum mencuri.

3. Pesan Dakwah Dalam Film *Serdadu Kumbang* oleh Maftukin, NIM.071211012, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang 2014.

Penelitian ini adalah kualitatif yakni penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dengan pendekatan analisis semiotika yang mengacu pada teori Roland Barthes membuat sebuah model sistematis dalam menganalisis makna dari tanda. Hasil penelitian ini menunjukkan pesan akidah, yang iman kepada Allah berupa kekuasaan dan penciptaan Allah, tentang dosa, sumpah dan pemahaman tentang syirik. Tentang syari'at meliputi pendidikan menjalankan syariat Islam dalam hal ibadah sholat dan penekan pada sisi kewajiban menjalankan sholat fardu. Tentang Akhlaqul Karimah yang diperlihatkan sikap saling tolong menolong, berbakti kepada kedua orang tua dan gotong royong.

4. Analisis Semiotika Terhadap Film *In The Name Of God* oleh Hani Taqiyya, NIM.107051002739, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2011.

Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotik dengan menggunakan model Roland Barthes. Sehingga penelitian ini ingin mengetahui bagaimana makna denotasi, konotasi dan mitos yang mempresentasikan konsep jihad Islam dalam film *In The Name Of God*. Melalui observasi

secara teliti dan kolaborasi dengan dokumen-dokumen yang relevan, akhirnya ditemukan adegan-adegan yang dapat mempresentasikan konsep jihad Islam dalam film *In The Name Of God*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi konsep jihad yang dimaknai sebagai peperangan, jihad dalam menuntut ilmu, dan jihad untuk mempertahankan diri dari ketidakadilan yang menimpa seseorang. Di sini Shooaib Mansoor, sutradara film ini menonjolkan jihad yang berkonotasi pada peperangan pada potret kultur yang diambil adalah sekelompok orang Pakistan yang tinggal di dekat perkampungan Thaliban, sehingga walaupun pemahaman mereka tentang jihad yang lain diwakili oleh dua tokoh lain yang hidup di Amerika dan Inggris, mereka yang dianggap mengagungkan demokrasi, persamaan hak dan kebebasan, tidak mengenal dan tidak menyetujui konsep jihad yang keras itu.

B. Kajian Teori

1. Dakwah

a. Pengertian 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*¹ yang

¹ Islam Masdar ialah lafad yang menunjukkan makna kejadian (hudust) tanpa disertai zaman namun idak memuat semua huruf fiilnya bahkan kadang dikurangi baik secara lafdhi maupun taqdiri anpa ada ganti.

berasal dari kata kerja : menyeru, memanggil, 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.²
- 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.³
- 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.⁴

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

²Abu Risman, *Dakwah Islam Praktis* dalam Pembangunan Suatu Pendekatan Sosiologis, (Yogyakarta: PLP2M, 1985), hal. 12

³ Abu Bakar Atjeh, *Beberapa Catatan Mengenai Dakwah Islam*, (Semarang: Ramadani, 1979), hal. 6

⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hal. 2

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

1) 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".⁵

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.⁶

b. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang ada dalam kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah:⁷

1) 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

⁵ Morisan dan Andy Corry Wardhany, *Teori Komunikasi*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), hal. 43

⁶ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1987), hal. 43

⁷ Ibid., 288

ke jalan Allah.⁸ Yakni orang yang melaksanakan dakwah baik lisan tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi atau lembaga.

2) Mad'u (Komunikasikan 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 keseluruhan.⁹

3) Maddah (Materi atau Pesan Dakwah)

Materi (*maddah*) dakwah adalah masalah isi pesan atau materi yang disampaikan 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).¹⁰

a) Masalah Aqidah (keimanan)

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.

⁸ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hal. 34

⁹M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), edisi ke-I, Cet. Ke-2, hal. 23

¹⁰ Munzier Saputra dan Harjani Hefni, *Metode Dakwah*, (Jakarta, Prenada Media, 2006), Cet. Ke-2. ed.rev, hal. 106

b) Masalah Syariah

Hukum atau Syariah 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-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. Misalnya ada pesan moralnya : pelajaran moral atau pesan yang di dapat dari suatu kejadian, pengalaman seseorang, atau dari sebuah Film yang dapat memberikan pelajaran hidup bagi penonton dan bagi yang lain.

c. Thoriqoh (Metode Dakwah)

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu "*meta*" (melalui) dan "*hodos*" (jalan, cara).¹¹ Dengan kata lain metode diartikan sebagai cara atau jalan yang telah diatur melalui proses pemikiran, dan harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan.

¹¹ M. Arifin, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), Cet. I, hal. 61

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.¹²

Ada 3 cakupan metode dalam dakwah yang terkandung di dalam Qs. An-Nahl ayat 125, yaitu :¹³

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ قُلَى إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ
عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: "Serulah (*manusia*) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang haik 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

¹² Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), Cet. I, hal. 43

¹³ *Ibid*, 244

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 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 "jadal" 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

d. Washilah (Media Dakwah)

Wasilah (media dakwah) adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u. untuk menyapaikan 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 :¹⁴

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

4) Dakwah melalui saluran audio

¹⁴ M. Aminuddin Sanwar, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, 1986), hlm. 77-78.

Berdakwah dengan menggunakan media audio adalah dakwah yang dilakukan dan dipakai dengan perantara 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.

e. 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.

f. Ghayatu al Dakwah (Tujuan Dakwah)

Tujuan akhir dakwah atau Ultimate Goal Dakwah adalah menjadikan manusia muslim mampu mengamalkan ajaran atau tuntunan yang ada didalam Alqur'an dan Alhadist dikehidupannya.

2. Film

a. 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.¹⁵ Film juga sebenarnya merupakan lapisan-lapisan cairan *selulosa*, biasa di kenal di dunia para sineas sebagai *seluloid*.¹⁶

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".¹⁷ 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.

¹⁵ Anton Mabruki KN, *Penulisan Naskah TV*, (Depok: Mind 8 Publishing House, 2013), hal. 3

¹⁶Kamus Besar Bahasa Indonesia, terbitan Balai Pustaka 1990, hal. 242

¹⁷Ibid

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.

1) Struktur Film, yaitu:

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

b. Jenis-jenis Film

1) 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. Demikian pula bila ditayangkan di televisi, penayangannya didukung dengan sponsor iklan tertentu pula.¹⁸

2) Film Non- Cerita (Non Fiksi)

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

- a) Film Faktual: menampilkan fakta atau kenyataan yang ada, dimana kamera sekedar merekam suatu kejadian. Sekarang, film faktual dikenal sebagai film berita (*news-reel*), yang menekankan pada sisi pemberitaan suatu kejadian aktual.
- b) 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.

3) Menurut Tema (*Genre*)

a) Drama

Tema ini lebih menekankan pada sisi *human interest*¹⁹ yang bertujuan mengajak penonton ikut merasakan kejadian yang dialami tokohnya, sehingga penonton merasa seakan-akan berada di dalam film tersebut. Tidak jarang penonton yang merasakan sedih, senang, kecewa, bahkan ikut marah.

¹⁸ Marsell Sumarno, *Dasar-dasar Apresiasi Film*, (Jakarta : PT.Grasindo, 1996)

¹⁹*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

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, waswas, 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) Horror

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.²⁰

c. Film Sebagai Media Dakwah

Media dakwah medium berarti perantara, yaitu alat atau sarana yang digunakan komunikator dakwah untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Di dalam definisi teori komunikasi Harold D. Laswell,²¹ 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 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

²⁰ Askurifa Baksin, *Membuat Film Indi Itu Gampang*, (Bandung: Katarsis, 2003)

²¹ Definisi komunikasi menurut Harold D. Laswell adalah *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

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.²² Sedangkan karakteristik komunikasi massa adalah komunikator melembaga (*institutionalized communicator*), komunikator tidak individual tetapi secara tim (*collective communicator*) 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*).²³ 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 dan media komunikasi massa yang dibuat berdasarkan kaidah sinematografi dengan atau tanpa suara dan dapat dipertunjukkan." 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

²² Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994), hal. 178

²³ Ebook: Asep Syamsul M. Romli, *Komunikasi Dakwah, Pendekatan Praktis*, hal. 39

sinematografi.²⁴ 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.

Dalam proses pelaksanaan dakwah, film memiliki posisi dan peran *penyampai (transmitter)* berbagai pesan dakwah (*al khayr, amar ma'ruf, dan nahi munkhar*) dari pihak-pihak diluar dirinya, sekaligus sebagai pengirim (*sender*) pesan dakwah yang dibuat (*constructed*) oleh para produser kepada khalayak (*audience*).²⁵ Terkait dengan pengaruh yang terjadi dimasyarakat, film memiliki peranan yang penting, karena film

²⁴ Anwar Arifin. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal. 105

²⁵ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal. 90

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.

d. 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, 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 Daiji Darmodihaijo nilai adalah kualitas atau keadaan yang bermanfaat bagi manusia baik lahir ataupun batin.²⁶
- 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.

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 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

²⁶ Herimanto dan Winarno, *Ilmu Sosial Dan Budaya Dasar*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hal.126-127

nilai terdapat norma-norma yang dijadikan suatu batasan tingkah laku seseorang.

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

- 1) *Nilai Materil*, 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.²⁷

3. Teori Semiotika

Sebagai sebuah ilmu (pengetahuan), semiotika memiliki makna atau arti yang beragam. Pada umumnya, semiotika di pahami sebagai ilmu yang mempelajari tanda atau signifikasi. Sedangkan signifikasi itu sendiri, menurut A. J. Greimas dan J. Courte, adalah pengetahuan yang hanya menekankan aspek tertentu dari jangkauan pengetahuan tanda²⁸.

²⁷ *Ibid*, hlm.128-129

²⁸ Baidhowi, *Antropologi Al-Quran*, (Yogyakarta: LKIS Yogyakarta, 2009), hlm. 24.

Menurut Eco, 1979 dalam bukunya yang dikutip oleh Alex Sobur, istilah semiotika secara epistemologis berasal dari kata Yunani “*Semeion*” yang berarti Tanda. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas sadar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat mewakili sesuatu yang lain. Secara terminologis, semiotika dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan luas objek-objek, peristiwa, dan seluruh kebudayaan sebagai tanda.²⁹

Semiotika sebagai suatu model dari ilmu pengetahuan sosial memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut “tanda”, dengan demikian semiotika mempelajari hakekat tentang keberadaan tanda, baik yang dikonstruksikan dengan kata-kata atau simbol yang digunakan dalam konteks sosial.³⁰

Analisis semiotika modern dikembangkan oleh Ferdinand De Saussure, ahli linguistik dari benua Eropa dan Charles Sanders Peirce, seorang filosof asal benua Amerika. Saussure menyebut ilmu yang dikembangkannya, “*semiology*” yang membagi tanda menjadi dua komponen yaitu penanda (*signifier*) yang terletak pada tingkatan ungkapan dan mempunyai wujud atau merupakan bagian fisik seperti huruf, kata, gambar, bunyi dan komponen yang lain adalah petanda (*signified*) yang terletak dalam tingkatan isi atau gagasan dari apa yang telah diungkapkan, serta sarannya bahwa hubungan kedua komponen ini adalah sewenang-

²⁹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Analisis Untuk Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framming*, (Bandung: PT. Rosdakarya, 2004), hlm.95.

³⁰ *Ibid*, hlm.87.

wenang yang merupakan hal penting dalam perkembangan semiotik, sedangkan bagi Pierce, lebih memfokuskan diri pada tiga aspek tanda yaitu dimensi ikon, indeks dan simbol.³¹

4. Semiotika Roland Barthes

Semiotika menurut Roland Barthes berfokus pada gagasan tentang signifikansi dua tahap (*two order of signification*) seperti terlihat pada gambar dibawah ini :

Gambar. 1. 2 Peta Tanda Roland Barthes

1. SIGNIFIER (PENANDA)	2. SIGNIFIED (PETANDA)
3. DENOTATIVE SIGN (TANDA DENOTATIF)	
4. CONNOTATIVE SIGNIFIER (PENANDA KONOTATIF)	5. CONNOTATIVE SIGNIFIED (PETANDA KONOTATIF)
6. CONNOTATIVE SIGN (TANDA KONOTATIF)	

Dari peta Barthes diatas terlihat bahwa Tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga

³¹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Analisis Untuk Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*, (Bandung: PT. Rosdakarya, 2004), hlm. 125.

mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya.

Penanda (*signifier*) adalah bunyi atau coretan yang bermakna (aspek material), yakni apa yang dikatakan dan apa yang ditulis atau dibaca. Sedangkan petanda (*signified*) adalah gambaran material, yakni pikiran atau konsep aspek mental dari bahasa. Keduanya merupakan aspek yang tidak dapat dipisahkan seperti dua sisi mata uang. Dengan kata lain signification adalah upaya dalam memberi makna terhadap dunia.³²

Terdapat perbedaan antara denotasi dan konotasi dalam pengertian secara umum serta denotasi konotasi yang dimengerti oleh Barthes. Pengertian umum, denotasi biasanya dimengerti sebagai makna harfiah (makna yang sesungguhnya), sedangkan dalam kerangka Barthes, Konotasi berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan pembenaran bagi nilai-nilai dominan yang berlaku dalam suatu periode tertentu.³³

Pada signifikansi tahap kedua yang berkaitan dengan isi, tanda bekerja melalui mitos.³⁴ Mitos memiliki tugas untuk memberikan sebuah justifikasi ilmiah kepada kehendak sejarah dan membuat kemungkinan tampak abadi.³⁵

a. Makna Denotasi :

Makna paling nyata dari tanda, apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek.

³² Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), hlm 125.

³³ *Ibid*, hlm 9.

³⁴ Sobur, *Analisis Teks Media*, h.127-128

³⁵ Roland Barthes, *Mitologi*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009), h.208

b. Makna Konotasi :

menggambarkan objek, ia bermakna subjektif juga intersubjektif, sehingga kehadirannya tidak disadari.

c. Mitos :

Merupakan produk kelas sosial yang sudah mempunyai Bagaimana suatu dominasi. Dalam dunia modern, mitos dikenal dengan bentuk feminisme, maskulinitas, ilmu pengetahuan dan kesuksesan.