

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Kajian Tentang Uses and Gratifications

Elihu Katz dan Herbert Blumer adalah orang pertama yang memperkenalkan teori ini pada tahun 1974. Teori ini mengatakan penggunaan media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Artinya, pengguna media itu adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Maka dari itu dalam teori *Uses and Gratifications* ini diasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.¹

Teori *uses and gratifications* menekankan bahwa masyarakat aktif dalam memutuskan media mana yang akan dipilih untuk memenuhi kebutuhan mereka. Teori ini lebih menekankan pada pendekatan manusia dalam melihat media. Manusia dianggap memiliki otonomi atau kewenangan untuk berhubungan dengan media. Blumer dan Katz percaya bahwa ada banyak cara orang menggunakan media dan sebaliknya keduanya percaya bahwa ada banyak alasan mengapa orang menggunakan media.

Permasalahan utama pada *uses and gratifications* bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku publik, tetapi bagaimana media merespon kebutuhan individu dan masyarakat. Oleh karena itu, bobotnya bergantung pada khalayak aktif yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.²

Teori *Uses and Gratifications* tidak tertarik pada apa yang dilakukan orang dengan media terhadap orang, tetapi pada apa yang dilakukan orang dengan media. Anggota khalayak diasumsikan aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Karena penggunaan media adalah satu-satunya cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi dimana kebutuhan tersebut terpenuhi.

¹ Humazi, *Uses and Gratifications*, (Medan: USU Press, 2018), hlm. 2-4.

² Fajrie Manfudlah, "Analisis *Uses and Gratifications* Dalam Menentukan Strategi Dakwah", (Jurnal: Jeparu, UNISNU, 2015). Diakses Januari 2016. <https://journal.ipmafa.ac.id>.

Kajian teori *uses and gratifications* didasarkan pada pandangan bahwa komunikasi (khususnya media massa) tidak memiliki kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Inti dari teori *uses and gratifications* adalah bahwa kelompok sasaran pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif tertentu. Diyakini bahwa media berusaha memenuhi motif dari pemirsa. Ketika motif ini terpenuhi, kebutuhan audiens terpenuhi. Lagi pula, media yang dapat memenuhi kebutuhan pemirsa dikatakan sebagai media yang efektif.³

Asumsi-asumsi dasar teori *uses and gratifications* menurut Jay Blumer, Elihu Katz dan Michael Gurevitch, yaitu:

1. Khayalak dianggap aktif, maksudnya sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
2. Khalayak bebas memilih media. Pada prinsipnya, khalayak secara bebas menyeleksi media dan program-programnya yang terbaik agar bisa mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhannya.
3. Media harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas.
4. Banyak tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak atau audiens, artinya individu dianggap cukup paham untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
5. Penilaian tentang arti kultural dari media massa disimpulkan dari media massa harus ditanggguhkan sebelum diteliti lebih dahulu oleh orientasi khalayak.

Berdasarkan asumsi dasar dari teori *uses and gratifications* secara umum adalah berfokus pada khayalak media. Di mana keputusan menggunakan media sepenuhnya berada ditangan khayalak hingga pada akhirnya mereka dapat memutuskan untuk menggunakan media atau tidak menggunakan sama sekali. Seperti contoh seseorang akan memilih tayangan yang menghibur seperti *stand up co comedy*, apabila mereka merasa sedih dan membutuhkan hiburan. Pentingnya pendekatan *uses and gratifications* bahwa orang-

³ Fajrie Manfudlah, "Analisis *Uses and Gratifications* Dalam Menentukan Strategi Dakwah", (Jurnal: Jepara, UNISNU,2015). Diakses Januari 2016. <https://journal.ipmafa.ac.id>.

orang berbeda pendapat menggunakan pesan komunikasi massa yang sama untuk tujuan berbeda.⁴

Menurut Thomas Ruggerio bahwa *uses and gratifications* selalu menyediakan pendekatan teoritis baru pada tingkat awal dari tiap medium komunikasi massa, yang mengidentifikasi tiga karakteristik, antara lain: (1) konektivitas yang mendukung *uses and gratifications* dari pengguna media. (2) ketidakseimbangan, kemampuan pengguna untuk memilih media. (3) pesan yang disampaikan pada waktu atau tempat yang berbeda. Muncul setelah media menemukan kepuasan dalam persaingan yang ketat di mana media mempertahankan loyalitas, sehingga khalayak menempati posisi yang menonjol, karakteristik khalayak itu adalah (1) khayalak yang cenderung berisi individu yang condong berbagai pengalaman dan dipengaruhi hubungan sosial. (2) khayalak yang pada umumnya besar tersebar ke berbagai wilayah dari wilayah sasaran komunikasi. (3) khayalak yang heterogen dan berasal dari kelas sosial yang berbeda. (4) pendengar cukup anonym dan tidak mengenal satu sama lain. (5) penonton dipisahkan secara fisik oleh komunikator.⁵

Teori *uses and gratifications* adalah teori sosiologis tentang penggunaan media massa oleh khalayak yang merupakan teks, atau gambar baik yang berbunyi maupun bergerak berupa tulisan atau audio visual yang disiarkan dan mereka yang melakukan itu mendapatkan keuntungan sejumlah kepuasan. Para peneliti yang menggunakan teori ini fokus tentang bagaimana publik menggunakan media, lebih dari bagaimana media mempengaruhi publik. Dalam perkembangan fenomenal media tidak lagi hanya diartikan sebagai media massa konvensional (media cetak dan elektronik), media sudah lebih di dominasi sebagai media digital yang dimiliki dan dapat dioperasikan berjuta manusia secara individual yang disebut sebagai media sosial.⁶

Teori *uses and gratification* terdapat lima model yang akan dijelaskan di mana kelima model tersebut akan

⁴ Humazi, *Uses and Gratifications*, (Medan: USU Press, 2018). 12-15.

⁵ Riyanto, "Efektivitas Media Internet Terhadap Kepuasan Khayalak Media", (Jurnal Komunikasi: Jakarta Selatan, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi, 2017) Diakses Juli 2017. <https://journal.interstudi.edu/index.php/InterKomunika/article/view/16>.

⁶ Suparmo, L. "Teori Uses and Gratifications Dalam Media Sosial WA (Whatsaap)". (Jurnal Ilmu Komunikasi: Jakarta, STIKOM Interstudi, 2017) Diakses Desember 2017.

menjelaskan bagaimana individu menggunakan dan mengkonsumsi media dan efek yang ditimbulkannya. Model lima tersebut yaitu:

1. Model teori *uses and gratifications* Katz, et.al

Pendekatan kegunaan dan kepuasan yang dikemukakan oleh Katz menjelaskan bahwa kondisi sosial dan psikologis seseorang akan menimbulkan suatu kebutuhan, yang menciptakan harapan terhadap media massa atau sumber yang lain, yang menyebabkan perbedaan pola penggunaan media (atau keterlibatan dalam aktivitas lainnya). Kegiatan yang pada akhirnya mengarah pada pemuasan kebutuhan, serta konsekuensi lainnya, termasuk yang tidak diharapkan sebelumnya.

2. Model transaksional teori *uses and gratifications* (McLeod dan Becker)

Model ini melihat komunikasi sebagai aktivitas transaksional. Model komunikasi transaksional menekankan pengiriman dan penerimaan pesan secara terus menerus dalam sebuah episode komunikasi di mana pengirim dan penerima pesan sama-sama bertanggung jawab atas dampak dan efektifnya komunikasi yang terjadi. Dalam model transaksional, orang membangun kesamaan makna dan apa yang dikatakan orang dalam sebuah transaksi sangat dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalamannya di masa lalu.

3. Model nilai harapan

Model teori ini pada dasarnya menjelaskan bahwa kepuasan media seseorang ditentukan oleh faktor sikap atau kebutuhan yang dimiliki oleh orang tersebut. Dimana jika media tersebut dapat memenuhi kebutuhan seseorang, maka mereka dapat dikatakan puas setelah menggunakan media tersebut.

4. Model pencairan kepuasan dan aktifitas audiens

Model pencarian kepuasan dan aktifitas audien menjelaskan bahwa untuk mendapatkan kepuasan baik dari segi informasi, pendidikan, dan hiburan, khalayak atau audiens akan melakukan berbagai upaya untuk memilih media yang dapat memenuhi kepuasan tersebut.⁷

⁷ Humazi, *Uses and Gratifications*, (Medan: USU Press, 2018). 22-26..

5. Model penggunaan dan ketergantungan

Teori penggunaan dan ketergantungan ini membahas mengenai khalayak atau audiens yang akan menggunakan media ketika motif dan kebutuhan mereka terpenuhi dan akan terangkut dalam kategori audiens aktif.⁸

Konsep mengukur kepuasan ini disebut *gratification sought* dan *gratification obtained*. *Gratification sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan oleh individu ketika mengkonsumsi jenis media tertentu. *Gratifications sought* dibentuk dari keyakinan seseorang tentang apa yang media berikan dan penilaian seseorang terhadap konten media. Keyakinan ini dipengaruhi oleh budaya dan institusi sosial seseorang, keadaan sosial seperti ketersediaan media, dan variabel psikologis tertentu seperti introvert dan ekstrovert.

Gratifications Obtained adalah kepuasan yang sebenarnya dicapai setelah mengkonsumsi jenis media tertentu. *Gratifications obtained* mempertanyakan hal-hal yang khusus terkait dengan apa saja yang telah diperoleh setelah menggunakan media dengan menyebutkan acara atau rubrik tertentu secara spesifik.⁹

Penjelasan mengenai teori *uses and gratifications* menunjukkan bahwa kepuasan berarti memenuhi semua kebutuhan khalayak pengguna media massa untuk motif dan tujuannya. Penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan manusia. Efek media dianggap sebagai situasi dimana kebutuhan itu terpenuhi. Orang-orang memiliki kesadaran dan kemampuan diri yang memadai ketika mereka memilih dan menggunakan media tertentu dalam memenuhi kebutuhan yang dicari. Kepuasan yang didapat seseorang dari media ditentukan oleh sikap khalayak terhadap media massa, yaitu evaluasi dan kepercayaan yang diberikan media dari isi media. Jika khalayak percaya bahwa suatu tayangan dapat memenuhi kebutuhannya, maka khalayak akan tetap bertahan menonton. Sebaliknya, jika kebutuhan tidak terpenuhi maka ia akan menghindari atau meninggalkan tayangan tersebut.

⁸ Humazi, *Uses and Gratifications*, (Medan: USU Press, 2018). 27-37.

⁹ Aritonang HF, "Pemetaan Dampak Pemanfaatan Aplikasi *Fan Page Facebook* Terhadap Kepuasan *Fans*" (Skripsi: Bengkulu, Universitas Bengkulu, 2013).
<https://repository.uinb.ac.id>.

2. Kajian Tentang Sabar

a. Pengertian Sabar

Sabar adalah kata yang biasa diucapkan oleh semua orang yang menggunakan secara lisan. Mereka yang mencari kedamaian, ketenangan, dan ruang harus memiliki kesabaran. Sabar bukanlah hal yang mudah dalam kehidupan sehari-hari, namun setiap orang memiliki kesabaran. Islam memandang sabar sebagai sikap hormat yang harus dimiliki oleh orang-orang yang beriman kepada Allah Swt.¹⁰

Kata sabar dalam bahasa Arab berasal dari kata *as-Shabru*, yang artinya menahan. Di sisi lain, kesabaran menghindari apapun yang menyebabkan godaan, kesedihan, atau kebencian dalam bentuk apapun. Sabar secara umum adalah menghindari segala sesuatu agar tidak mudah marah, tidak mengeluh, benci, menyimpan dendam, tidak cepat menyerah, belajar taat, tidak berbuat jahat.

Dalam Tafsir al-Misbah, Quraish Shihab menjelaskan bahwa sabar berarti menanggung sesuatu yang tidak menyenangkan. Kesabaran disebut ketidakpedulian atau kemalasan. Quraish Shihab juga menjelaskan bahwa kesabaran dapat dibagi menjadi dua bagian. Pertama, tetap secara fisik untuk membiarkan pasien membuang energy. Misalnya, orang dengan sabar menjalankan kewajiban Allah untuk menggerakkan kakinya dan beriman selama perjalanan, termasuk sabar dalam melakukan pemeriksaan fisik terhadap penyakit, kezaliman, dan lain sebagainya.¹¹

Orang-orang yang beriman kepada Allah harus menanggung cobaan, kesengsaraan, dan kesulitan yang menimpa mereka. Dan percaya bahwa Allah tidak mungkin memberikan cobaan di luar batas kemampuan hambanya. Disaat menerima cobaan maka harus menerimanya dengan sabar dan ikhlas. Karena Allah bersama orang yang bersikap sabar.

¹⁰ M. Yusuf, Dona Kahfi, "Sabar Dalam Perspektif Islam dan Barat". (Jurnal Al-Murabbi: Riau, UIN Syarif Kasim, 2018) Diakses Oktober 2018. <http://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/inex.php/murabbi/article/download/3225/2434>.

¹¹ M. Yusuf, Dona Kahfi, "Sabar Dalam Perspektif Islam dan Barat". (Jurnal Al-Murabbi: Riau, UIN Syarif Kasim, 2018) Diakses Oktober 2018. <http://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/inex.php/murabbi/article/download/3225/2434>.

b. Ayat-ayat sabar dalam Alquran

Alquran sebagai sumber segala ilmu pengetahuan telah menyinggung kata sabar di banyak surat dan ayat. Dalam hitungan para ulama, kata sabar disebutkan lebih dari 70 ayat atau lebih dari 100 kata dalam Alquran. Para ulama berbeda pendapat tentang jumlah ayat-ayat Alquran yang mengandung kata sabar adalah sebagaimana pendapat berikut:

1. Abu Thalib al-Makki, menyebutkan kata sabar dalam Alquran lebih dari 90 kali.
2. Abu Hamid al-Ghazali menyebutkan kata sabar dalam Alquran lebih dari 70 tempat.

Menurut Al-Qardhawi, perbedaan ulama dalam menentukan jumlah Shabr yang tertulis dalam Alquran tidak berarti bahwa terdapat perbedaan dalam Alquran itu sendiri. Perbedaan ini muncul karena beberapa ayat memiliki lebih dari satu kata Shabr, dan beberapa ulama menganggapnya satu, sementara yang lain menganggapnya dua atau lebih.¹²

Sikap sabar dapat digunakan dalam berbagai cara yang disebutkan dalam Al-qur'an, antara lain:

1. Tanamkan keyakinan bahwa ada pahala bagi mereka yang sabar. Rasa yakin ini adalah salah satu cara terpenting untuk membuat seseorang bersabar. Abu Thalib Al-Maqiqi mengatakan bahwa alasan utama orang tidak sabar adalah kurangnya keyakinan bahwa aka nada pahala bagi orang yang bersabar.
2. Tidak ada manusia yang menerima cobaan dari Allah, bahkan Nabi Muhamma dan rasul Allah lainnya menerima cobaan dan ujian. Bahkan cobaan yang didapat lebih berat dari cobaan yang biasanya menimpa manusia.
3. Meningkatkan keyakinan bahwa aka nada kemudahan setelah kesulitan, dan janji Allah adalah suatu kepastian.
4. Menumbuhkan rasa kesadaran diri, bahwa manusia adalah milik Allah dan segala sesuatu di bumi adalah milik Allah. Karena Allah lah yang telah memberi manusia perasaan, penglihatan, kehidupan, hati, gerakan, pendengaran dan seterusnya.

¹²Hadi, Sopyan, "Konsep Sabar Dalam Al-qur'an". (Jurnal Madani: Pamulang, Universitas Pamulang, 2018). Diakses September 2018. <https://core.ac.uk/download/pdf/294835978.pdf>.

5. Tumbuhnya keyakinan pada diri kita sendiri tentang adanya Qadha dan Qadar Allah yang tidak dapat kita hindari.¹³
- c. Macam-macam sabar

Kesabaran sangat dianjurkan dalam Islam. Sabar memiliki arti yang lebih luas. Oleh karena itu, sabar dapat dibagi menjadi beberapa macam yaitu:

1. Bersabarlah untuk menaati Allah Swt. Sebagaimana firman Allah Swt, sabar dalam ketaatan kepada Allah Swt adalah bentuk kesabaran dalam memenuhi perintah Allah Swt.
2. Bersabar dari berbuat maksiat kepada Allah Swt Sebagaimana telah dicontohkan oleh Nabi Yusuf saat seorang wanita yang terpandang mengajaknya melakukan perbuatan maksiat, Nabi Yusuf sendiri dengan sabar menahan diri agar tidak terjerumus ke dalam perilaku maksiat. Dia memilih di penjara daripada harus melakukan kedurhakaan kepada Allah Swt.
3. Bersabar atas segala takdir Allah Swt termasuk kesabaran ini adalah kesabaran dalam menyampaikan risalah dan menghadapi berbagai gejolak yang ditimbulkan oleh anggota masyarakat.

Sabar menghadapi ujian dalam dakwah. Ketika Nabi Muhammad Saw berusaha memperluas dakwah ke wilayah Thaif, yang beliau temui bukanlah sambutan yang baik. Beliau bersama seorang sahabat menjadi sasaran penghinaan, dan kekerasan fisik. Beliau dirajam, tubuhnya yang mulia terluka, darah mengalir dari wajahnya. Mengajak manusia untuk kebaikan dibalas dengan keburukan. Seberapa seriuskah ketidaktahuan masyarakat Thaif saat itu. Kejahilan mereka luar biasa, dan mereka tidak mampu mencerna isi ajakan dari orang pilihan. Meski demikian, Rasulullah Saw tetap bersabar, lisan beliau terjaga, tidak ada bagian dari tubuhnya yang menanggapi dengan tanggapan seperti itu. Jiwnya tetap kuat dan tidak pernah goyah, putus asa untuk

¹³ Nafi'ah, Usharti, "Analisis Semiotik Makna Sabar dan Ikhlas Dalam Film Air Mata Surga Karya Hestu Saputra". (Skripsi: Kudus, Institut Agama Islam Negeri,2022) Diakses Januari 2022. <http://repository.iaiankudus.ac.id>.

berbuat baik. Kesabaran sudah tertanam kukuh pada diri beliau.¹⁴

3. Kajian Tentang Film

a. Pengertian Film

Film merupakan salah satu bentuk komunikasi massa elektronik dalam melakukan proses komunikasi. Film dapat digambarkan sebagai hasil karya dan produk inovatif dari sebuah media. Film mengandung nilai hiburan yang mendidik, informatif, dan menarik yang bermakna bagi penontonnya. Selain keuntungan finansial, film kini menjadi ladang bisnis yang menggiurkan karena juga bisa dijadikan alat promosi kepada penonton melalui pesan yang tersirat di dalam film tersebut.¹⁵

Film adalah media yang menggabungkan kata-kata dan gambar yang bergerak. Film juga sering dipandang sebagai media komunikasi massa yang sangat kuat yang mempengaruhi masyarakat. Alat komunikasi ini menggunakan unsur audio visual yaitu suara dan gambar hidup. Adanya suara dan gambar tentunya dapat menyampaikan suatu film dengan baik atau menjelaskan informasi dalam durasi yang singkat. Melihat film, penonton akan dibawa seolah-olah tengah menembus waktu dan ruang sehingga secara tidak langsung mereka akan terpengaruhi.¹⁶

Film tidak hanya sebagai media hiburan semata, terdapat banyak kategori genre dalam film yang mengangkat cerita fiksi maupun kisah nyata yang merupakan refleksi dari kehidupan sehari-hari. Film mengangkat realitas sosial yang ada disekitar kita dengan sentuhan alur cerita yang menarik. Film adalah alat untuk menyampaikan berbagai pesan kepada khayalak melalui sebuah media cerita. Secara esensial dan substansial film memiliki power yang akan berimplikasi terhadap komunikasi masyarakat. Unsur-unsur yang dominan

¹⁴ Sundari, "Konsep Sabar Dalam Surat Al-Kahfi Dan Implikasinya Dalam Pendidikan Islam (Kajian Tafsir Ibnu Katsir)". (Skripsi: Curup, Intitut Agama Islam Negeri, 2018). Diakses Oktober 2019. <http://e-theses.iaincurup.ac.id>.

¹⁵ Nindy Arnila, Marizal, "Analisis Semiotika Makna Pesan Moral Pada Film Filosofi Kopi". (Skripsi: Bandung, Universitas Pasundan, 2017). Diakses Juni 2017. <http://repository.unpas.ac.id>.

¹⁶ Adzikra Ibrahim, "Pengertian Film dan Sejarah Perkembangannya", (<https://pengertiandefinisi.com/pengertian-film-dan-sejarah-perkembangannya/>)

di dalam proses pembuatan film antara lain: produser, sutradara, penulis skenario, penata kamera, penata artistik, penata musik, editor, pengisi dan penata suara, aktor-aktris atau bintang film.¹⁷

b. Sejarah singkat perfilman Indonesia

Film yang ditemukan sekitar akhir abad ke-19 sampai sekarang ini terus mengalami perkembangan yang begitu pesat. Pada awalnya, film Edison dan Lumiere merupakan sebuah film yang memiliki durasi hanya beberapa menit. Film tersebut menunjukkan bentuk dari realitas yang direproduksi kembali melalui film selebriti, pemain sulap, atlet angkat besi, dan bayi yang sedang makan. Proses perekaman gambarnya diambil menggunakan *frame* (bingkai) secara statis (kamera tidak bergerak sama sekali) dan tidak ada proses penyuntingan terhadap hasil gambar yang sudah direkam.¹⁸

Industri film pada dasarnya berbeda dari industry lain. Faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan di industri perfilman adalah bagaimana sebuah film dapat mempengaruhi emosi penonton. Keberhasilan sebuah film ini juga akan bergantung pada kemampuannya menghadirkan simulasi yang mampu menghasilkan hiperealitas. Kemajuan perfilman ditentukan oleh kebijakan perfilman yang harus melalui kajian sejarah perkembangannya yang di analisis melalui tahapan industry film yaitu: produksi, distribusi, promosi, dan konsumsi.¹⁹

Menguraikan seperti apa perkembangan film Indonesia dari masa ke masa itu, sebagaimana dapat dijumpai di bawah ini:

1. Tahun 1900-1920, film masuk ke Indonesia.
2. Tahun 1929, produksi film pertama di Indonesia.
3. Tahun 1955, pembentukan FFI.
4. Tahun 1960-1970an, kelesuan dan kebangkitan perfilman Indonesia.

¹⁷ Ryan Diputra1, Yeni Nuraeni2, “Analisis Semiotika Dan Pesan Moral Pada Film Imperfect 2019 Karya Ernest Prakasa”. (Jurnal Purna Berazam: Depok, Universitas Gunadarma, 2021). Diakses Mei 2022. <https://ejurnal.universitaskarimun.ac.id>.

¹⁸ Ali MA, Dani M. “Pengantar Teori Film” (Yogyakarta: CV Budi Utama,2020), 3.

¹⁹ M.Fajar YF, “Dinamika Perfilman Indonesia Tahun 1940-1966. (Jurnal pendidikan sejarah: Surabaya, Universitas Negeri Surabaya,2022). <https://ejournal.unesa.ac.id>.

5. Tahun 1980-1990an, munculnya persaingan dengan film asing dan sinetron televisi.
6. Tahun 2000, kebangkitan kembali perfilman Indonesia.

Dari penjabaran yang diungkap oleh Stanley J. Baran di atas, menunjukkan bahwa di Indonesia film pertama kali diperkenalkan pada 5 Desember 1900 di Batavia sekarang dikenal dengan nama Jakarta. Film pertama kali dipertontonkan adalah film dokumenter yang berceritakan tentang perjalanan Ratu dan Raja Belanda di Den Haag. Sejarah juga mencatat bahwa film Indonesia juga diimpor dari industri film yang ada di Amerika.

Perlu diketahui, bahwa awal mula film ditemukan film belum dianggap sebagai sebuah karya seni. Pada awalnya film hanya dianggap sebagai tiruan dari kenyataan. Tetapi, film diakui sebagai sebuah karya seni tentu diawali oleh sejarah panjang dengan bermunculan para pembuat film di berbagai Negara dan akhirnya film diakui sebagai bagian dari karya seni.²⁰

c. Jenis-jenis Film

Menurut Onong Uchjana Efendy seperti yang dikutip Ali Musyafak mengkategorikan jenis-jenis film sebagai berikut: Pertama, Film cerita (Story Film). Film cerita adalah jenis film yang memuat cerita. Film jenis ini harus mengandung unsur cerita, baik fiksi maupun non fiksi. Apalagi film jenis ini harus mengandung unsur yang bisa menyentuh emosi, hati dan jiwa orang. Hal ini dikarenakan film cerita menitikberatkan pada unsur rasa, hati, dan jiwa, sehingga berdampak besar bagi masyarakat dalam mengolah opini dan karakter masyarakat. Misalnya, unsur cinta bisa membuat penonton menjadi romantis dan mesra, unsur kejahatan bisa membuat penonton panik, marah dan gugup, unsur komedi bisa membuat penonton tertawa, unsur religi menjadikan penonton menjadi bermoral. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak film religi telah di edit oleh produser. Bukan hanya karena dinilai memiliki tenaga penjualan yang kuat, tetapi juga karena sebagai media dakwah, khususnya dakwah Islam.

Kedua, Film Dokumenter. Menurut John Grierson dokumenter berarti “karya ciptaan mengenai kenyataan”.

4. ²⁰ Ali MA, Dani M. “Pengantar Teori Film” (Yogyakarta: CV Budi Utama,2020),

Jadi, film dokumenter adalah film yang menceritakan kisah nyata. Pendapat lain adalah bahwa film dokumenter adalah jenis film non-fiksi, berisi fakta-fakta peristiwa serta sikap dan pendapat pembuat film dokumenter terhadap fakta peristiwa yang diceritakannya.

Titik berat dari jenis film ini ialah fakta atau peristiwa yang benar-benar terjadi. Film dokumenter pertama kali adalah film yang diproduksi oleh Flaherty yang berjudul *Nanook of The North* pada tahun 1992. Film ini menceritakan perjuangan sehari-hari dalam sebuah keluarga dari suku Eskimo untuk mempertahankan hidupnya di Kutub Utara.

Ketiga, film berita. Film berita adalah film mengenai fakta atau peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifat berita, film yang dirilis harus mengandung unsur berita. Film berita biasanya merupakan peristiwa yang terjadi direncanakan. Missal kunjungan presiden ke suatu kota.²¹

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan sebagai salah satu bahan acuan dalam menyelesaikan penelitian ini, sekaligus sebagai referensi serta perbandingan dalam penelitian ini. Berikut beberapa karya penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Filza Itqiya, Mahasiswa Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul "*Pengaruh Motif Penggunaan Media Terhadap Kepuasan Pengguna Video dan Foto Di Instagram AA GYM*".²² Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui penggunaan dan kepuasan yang terdapat dalam media tersebut, terutama pada kepuasan masyarakat dalam menggunakan video dan foto di *instagram* AA Gym. Hasil dari penelitian ini yaitu menemukan beberapa kepuasan masyarakat dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Perbedaan penelitian ini dengan penulis terletak pada media yang digunakan, penelitian ini menggunakan media *instagram* sedangkan penulis menggunakan

²¹ Musyafak, M Ali, "Filim Religi Sebagai Media Dakwah Islam". (Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman, Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2013). Diakses Januari 2018. <https://doi.org/https://doi.org/10.35878/islamicreview.v2i2.59>.

²² Filza, Itqiya, "Pengaruh Motif Penggunaan Media Terhadap Kepuasan Pengguna Video dan Foto Di Instagram AA GYM", (Skripsi: Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2018). <https://repository.uinjkt.ac.id>.

media Film. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti dengan menggunakan teori *uses and gratifications*.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Eka Arina Diana, Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga dengan judul “*Ayah Mengapa Aku Berbeda*”.²³ Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis sikap sabar yang terdapat di dalam film tersebut, terutama yang direpresetasikan melalui tokoh Angel. Hasil dari penelitian ini yaitu menemukan beberapa sikap sabar yang lebih banyak direpresentasikan oleh tokoh Angel. Selain itu juga menemukan sikap ikhlas yang direpresentasikan melalui tokoh Ayah Angel. Perbedaan penelitian ini dengan penulis terletak pada teori yang digunakan, penelitian ini menggunakan teori analisis semiotika Roland Brothes sedangkan penulis menggunakan teori *uses and gratifications*, serta terletak pada nilai yang menjadi objek penelitian yaitu antara ikhlas dan sabar. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti film.

Ketiga, Skripsi dari Lestari Oktovia Ika Aryani, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang dengan judul “*Makna Pengorbanan Dalam Film (Analisis Semiotika Pada Film Surga Yang tak Dirindukan Karya Kunt Agus)*”.²⁴ Hasil penelitian ini yaitu dalam film Surga Yang Tak irindukan terdapat makna pengorbanan antara lain pengorbanan untuk keluarga, pengorbanan untuk cinta bangsa dan Negara, pengorbanan untuk kebenaran dan pengorbanan cinta agama. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada subjeknya yaitu film dan pengorbanan untuk kebenaran agama. Adapun perbedaannya terletak pada objek makna yang dianalisis dalam film, dalam penelitian ini mengulik tentang makna pengorbanan, sedangkan dalam penelitian penulis lakukan yaitu tentang makna sabar.

C. Kerangka Berfikir

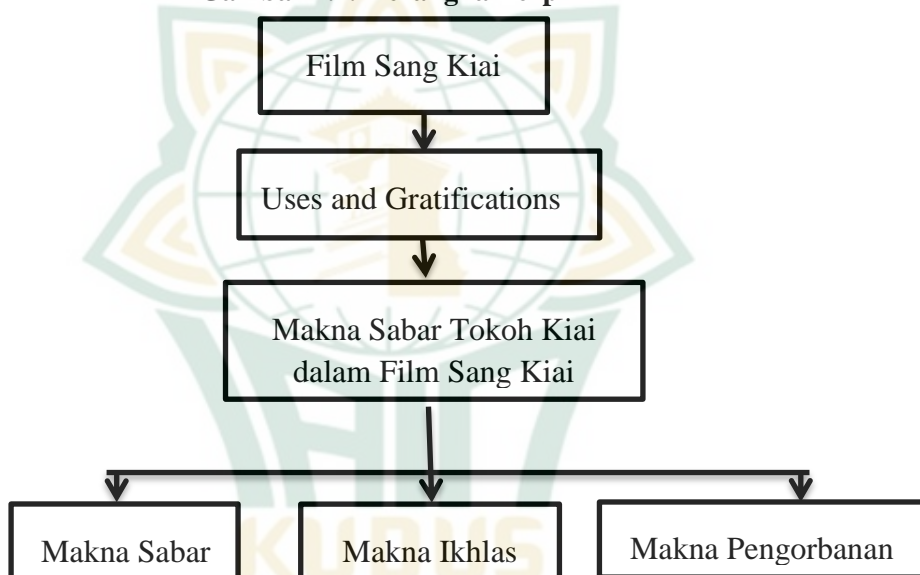
Kerangka berpikir adalah uraian atau pernyataan tentang kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan, kerangka berpikir atau pemikiran dalam sebuah penelitian kualitatif sangat menentukan dan validitas proses secara

²³ Eka Arina, Diana, “Representasi Sabar Tokoh Angel Dalam Film Ayah Mengapa Aku Berbeda”, (Skripsi: Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2014). <https://digilib.uin-suka.ac.id>.

²⁴ Lestari, Oktovia IA, “Makna Pengorbanan Dalam Film (Analisis Semiotik Pada Film Surga Yang Tak Dirindukan karya Kunt Agus)”. (Skripsi: Malang, Universitas Muhammadiyah, 2020). <http://eprints.umm.ac.id>.

keseluruhan.²⁵ Setelah mengetahui tinjauan teori atau kerangka berpikir tentang sabar, film, serta *uses and gratifications*. Maka, dalam penelitian ini akan disusun kerangka berpikir dengan menghasilkan sebuah metode analisis *uses and gratifications* dengan tujuan mengungkapkan pesan-pesan yang terkandung dalam film “Sang Kiai” di antaranya makna sabar, ikhlas, pengorbanan yang di tampilkan dalam sebuah karya film melalui tokoh Kiai, akan tetapi lebih ditekankan serta difokuskan pada representasi makna sabar yang di analisis menggunakan teori *uses and gratifications*. Nantinya akan menghasilkan makna sabar yang direpresentasikan Tokoh Kiai dalam perjuangan pada film Sang Kiai.

Gambar 2.1. Kerangka Berpikir



Film merupakan salah satu bentuk komunikasi massa elektronik dalam melakukan proses komunikasi. Film dapat digambarkan sebagai hasil karya dan produk inovatif dari sebuah media. Film yang diteliti oleh penulis ini berjudul Sang Kiai yang di sutradarai oleh Rako Prijanto yang bisa ditonton melalui *youtube* channel Uciel Movie.²⁶

²⁵ Arif,Sukuryadi,Fatimaturahmi, Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan vol.1 No.2 <http://ejournal.mandalanursa.org>.

²⁶ Uciel Movie, “Film Sang Kiai (Perjuangan K.H. Hasyim Asy’ari)”. Diakses Desember 2021. <https://youtu.be/Vx4ZarhaqU>.

Sang Kiai menjadi media film yang dapat diterapkan dalam berdakwah dengan memanfaatkan dan mengembangkan teknologi atau media sosial dalam aplikasi *youtube*. Dalam media digital berbentuk audio visual ini juga bisa menjadi sumber informasi, edukasi, hiburan, dan juga dakwah.

Kerangka berpikir di atas penulis memberikan gambaran tentang bagaimana *uses and gratifications* makna sabar dalam film Sang Kiai. *Uses and gratifications* merupakan penggunaan media massa oleh khalayak yang merupakan teks, atau gambar baik yang berbunyi maupun bergerak berupa tulisan audio visual yang disiarkan dan mereka yang melakukan itu mendapatkan keuntungan sejumlah kepuasan.²⁷

Dalam hal ini penulis menggunakan teori *uses and gratifications* bertujuan untuk mengetahui makna sabar, makna ikhlas, makna pengorbanan dalam film Sang Kiai.



²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung:Alfabeta,2015), 91-94.