

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Teori Terkait dengan Judul

1. Tinjauan Umum Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dakwah berasal dari Bahasa arab *da'a-yad'u-da'watan* yang artinya mengajak, memanggil atau menyeru. Sedangkan pengertian dakwah secara istilah yaitu mengajak seseorang dengan cara yang baik menuju jalan hidup yang lebih indah sesuai yang diharapkan da'I dan sesuai perintah Allah SWT demi ketentraman dunia dan akhirat.¹⁴ Sedangkan Pengertian dakwah secara terminologis atau istilah yang telah dipaparkan oleh ahli ialah sebagai berikut:

- 1) Menurut A. Hasjmy dakwah Islamiyah yaitu mengajak seseorang untuk yakin dan mengamalkan aqidah dan syari'at Islam yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri.
- 2) Menurut HMS. Nasarudin Latif sebagaimana dikutip oleh Moh. Ali Aziz dari buku *Teori dan Praktik Dakwah Islamiyah*; Dakwah adalah setiap usaha atau aktivitas dengan lisan atau tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan menaati perintah Allah SWT, sesuai dengan yang tertera dalam Al-Qur'an dan hadist.
- 3) Menurut Syekh Ali Mahfudz sebagaimana juga dikutip oleh Mo. Ali Aziz dari kitab *Hidayatul Mursyidin* yang berbunyi bahwa dakwah yaitu mengajak (mendorong) manusia untuk mengikuti kebenaran dan petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan yang mungkar atau buruk agar mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat kelak.
- 4) Menurut Sayyid Quthub, dakwah adalah upaya mengamalkan sistem Islam dalam kehidupan nyata, dimulai dari tatanan terkecil, seperti keluarga, dan terus berlanjut hingga yang terbesar, seperti negara atau umat, agar mencapai kebahagiaan dunia akhirat.
- 5) Sebagaimana dikemukakan oleh Profesor Preaching oleh H.M. Thoha Yahya Omar, yaitu mengarahkan manusia ke

¹⁴ Samsul Munir Amin, *sejarah dakwah*, ed. oleh nur laily Nusroh (jakarta, 2014), hal. 3.

arah yang benar sesuai dengan perintah Allah SWT untuk kemaslahatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat.

- 6) Menurut Hamzah Yakub, dakwah adalah ajakan bijak kepada umat manusia untuk mengikuti petunjuk Allah SWT dan Rasul-Nya.
- 7) Menurut Masdar Helmy, dakwah adalah perbuatan mengajak orang lain untuk mengikuti ajaran Allah SWT (Islam), seperti *amar ma'ruf nahi munkar*, untuk mencapai kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat.

Dari beberapa definisi yang tertera diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian dakwah ialah kegiatan menyampaikan pesan yang berisi nilai, norma, hukum agama (Islam) kepada obyek (individu, kelompok, masyarakat) agar obyek dapat menjalani kehidupannya sesuai ajaran agama dengan penuh kesadaran sehingga terwujud sistem sosial yang harmonis dan damai yang pada akhirnya mendatangkan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat. Untuk membangun kesadaran para obyek dakwah pun harus dilakukan dengan cara yang bijaksana.

Dakwah yang berarti mengajak tertera dalam al-qur'an surat al-baqarah ayat 221:

وَلَا تَنْكِحُوا الْمُشْرِكِيْنَ حَتَّىٰ يُؤْمِنُوا ۚ وَلَا مُمْسِكِيْنَ بِأَيْدِيهِمْ لَكُمُ الْمَنَافِعُ ۚ وَأُولَٰئِكَ يُدْعَوْنَ إِلَى ٱلنَّارِ ۖ وَاللَّهُ يَدْعُو ٱلْأَبْرَارَ إِلَى ٱلْجَنَّةِ ۚ وَالْمَعْفُورَةِ بِإِذْنِهِ ۚ وَيُبَيِّرُ آيَاتِهِ ۚ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ۝

Yang artinya: “Dan janganlah kamu menikahi wanita-wanita musyrik, sebelum mereka beriman. Sesungguhnya wanita budak yang mukmin lebih baik dari wanita musyrik, walaupun dia menarik hatimu. Dan janganlah kamu menikahkan orang-orang musyrik dengan wanita-wanita mukmin sebelum mereka beriman. Sesungguhnya budak yang mukmin lebih baik dari orang musyrik, walaupun mereka menarik hatimu. Mereka mengajak ke neraka, sedang Allah mengajak ke surga dan ampunan dengan izin-Nya Allah menerangkan ayat-ayat-Nya (perintah-perintah-

Nya) kepada manusia supaya mereka mengambil pelajaran.”¹⁵

b. Pengertian Persuasif

Persuasi dalam konteks interpersonal menunjukkan bahwa seseorang sedang berusaha membujuk orang lain dengan tujuan merubah, baik dalam kepercayaan, sikap, maupun perilakunya dalam kehidupan sehari-hari.¹⁶ William J. McGuire memberikan pengertiannya terhadap persuasi : “*Persuasion or changing people’s attitude and behaviour the spoken and written word, constitutes one of the more interesting uses of communication*” yang memiliki arti kurang lebih “persuasif atau mengubah sikap dan perilaku seseorang dengan lisan ataupun tulisan, merupakan suatu hal yang menarik”. Dalam konteks ini persuasif dimaknai sebagai factor pengubah sikap dan kepercayaan orang baik dengan lisan maupun tulisan.¹⁷ Persuasi termasuk jenis komunikasi yang sering digunakan sehari-hari dalam bersosialisasi dan berinteraksi. Sedangkan dakwah persuasif yaitu mengajak orang lain untuk merubah sikapnya, pola pikirnya, menjadi lebih baik dari biasanya. Oleh karena itu dalam dunia dakwah persuasif da’I harus memiliki bekal ilmu persuasi yang banyak untuk menjadikannya seorang komunikator yang baik dan efektif saat menyampaikan pesannya. Para ahli biasanya menyebut persuasi sebagai kegiatan psikologis. Berikut teori-teori yang dapat dijadikan pedoman untuk melakukan kegiatan persuasi agar mendapatkan hasil yang di harapkan:

- 1) *Metode asosiasi* merupakan metode yang menyertakan contoh didalam proses dakwahnya, agar dapat menarik minat atau perhatian para mad’u.
- 2) *Metode integrase* disini da’I seolah-olah merasakan apa yang dirasakan oleh mad’u seperti senasib dan rasa kebersamaannya ada, ini adalah suatu strategi untuk lebih gampang mengambil hati mad’u. Jika sudah demikian maka kalimat nasehat akan masuk lebih mudah.

¹⁵ Ropingi el Ishaq, *ilmu dakwah*, ed. oleh Kamilia Sukmawati (Malang Jawa Timur: Madani, 2016), hal. 7,9,10.

¹⁶ Usman Jasad, *Dakwah Persuasif Dan Dialogis*, ed. by team wade Publish (ponorogo jawa timur indonesia: team wade publish, 2019), p. 15.

¹⁷ Fatma Laili Khoirun Nida, ‘Persuasi Dalam Media Komunikasi Massa’, *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam ‘AT-TABSIR*’, 2.2 (2014), 77–95 (p. 79).

- 3) *Metode pay-off* menyenangkan hati mad'u dengan cara memberi khayalan dan harapan yang indah kepada mad'u agar mereka merasa senang.
- 4) *Metode icing* menyajikan persuasi kepada mad'u dengan rupa yang menarik, agar mad'u tertarik.¹⁸

c. Dakwah Persuasif

Istilah persuasif bukanlah suatu tindakan yang bersifat memaksa seseorang untuk menuruti pendapat komunikator dan melakukannya, namun persuasif ialah suatu teknik atau cara untuk mempengaruhi manusia dengan memanfaatkan data dan fakta psikologis ataupun sosiologis dari target persuasif atau komunikan. Berdasarkan kalimat diatas makna dari dakwah persuasif ialah suatu aktifitas untuk menyebarkan agama Islam dengan menggunakan data dan fakta secara psikologis maupun sosiologis. Sehingga mad'u atau target persuasif ini menemukan kebenaran dan kesadaran rasional yang menjadikan sikap, perilaku, dan pola pikirnya terpengaruh dan tertata rapi untuk menerima segala ajaran-ajaran dan ketentuan Islam. Perlu diperhatikan bahwa dakwah persuasif ini aktivitas yang dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan dan menyadarkan mad'u agar menerima apapun pesan dakwah dengan ikhlas, oleh karena itu da'I harus terhindar dari sifat memaksa, mencerca dan menghina mad'u atau target. Dakwah persuasif bertugas untuk menyajikan data dan fakta psikologis maupun sosiologis, berdasarkan penyajian tersebut mad'u dapat menilai dan mempertimbangkan, yang pada akhirnya mad'u dapat menemukan jawaban dan kesadaran atas semua yang ia cari selama ini bahwa ajaran Islam adalah solusi untuk dipilih dan dilaksanakan.¹⁹

d. Tujuan Dakwah Persuasif

Tujuan dakwah tidak lain hanyalah untuk menyelamatkan sanak saudara kita dari hal-hal buruk dan membawa mereka ke jalan yang ridho Allah SWT. Sedangkan tujuan dakwah persuasif yaitu agar mad'u dapat menerima dengan lapang dada nasehat atau masukan dari da'I tanpa adanya kekerasan verbal maupun nonverbal. Salah

¹⁸ Wahyu Ilaihi, *komunikasi dakwah*, ed. oleh Andriyani Kamsyah (Bandung, 2010), hal. 126.

¹⁹ Slamet, 'Slamet: Efektifitas Komunikasi Dalam Dakwah Persuasif', 5 (2009), 179-93.

satunya untuk menjaga melestarikan moderasi beragama kepada seluruh umat manusia, karena moderasi beragama adalah suatu kunci agar kehidupan di dunia menjadi tentram aman dan nyaman. Menurut Lina Masruroh ada 2 tujuan dakwah persuasif yakni tataran individu dan tataran kelompok, Adapun tataran individu tujuan dakwah persuasif yaitu sebagai berikut:

- 1) Mengubah pola pikir seseorang tentang nilai penting dan tujuan hidup di dunia yang sesungguhnya. Perilaku seseorang sehari-hari itu mayoritas terpengaruh oleh pola pikirnya sendiri. Jika seseorang telah menghina orang lain maka sebaiknya orang tersebut memperbaiki paradigma berpikinya agar tidak melenceng dari ajaran-ajaran agama Islam.
- 2) Menguatkan ajaran-ajaran Islam di dalam hatinya bagi seorang Muslim, agar seseorang tersebut memiliki kekuatan batin untuk menjalankan hari-harinya sesuai dengan nilai-nilai dan ajaran Islam. Maka dari itu seorang muslim harus memiliki sifat empati dan simpati terhadap yang lain agar kelak atau suatu saat ia mampu membantu sesamanya dengan ikhlas.
- 3) Wujud dari penghayatan ajaran Islam, seorang muslim mau memiliki kemauan untuk menerapkan ajaran Islam dalam kehidupannya sehari-hari. Selain melaksanakan ibadah wajib umat Muslim juga harus melaksanakan ibadah sosial seperti ke sesama manusia. Sebagai wujud rasa imannya kepada penciptanya.

Selanjutnya tujuan dakwah persuasif kepada tataran kelompok:

- 1) Meningkatkan tali persaudaraan dan persatuan bagi umat muslim dan non-muslim.
- 2) Meningkatkan keharmonisan hubungan antara satu dengan yang lainnya. Hubungan batin antar sesama manusia dapat menjadi salah satu penguat untuk menjalin kehidupan yang rukun dan saling menghargai.
- 3) Penguatan struktur social dan kelembagaan yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam. Struktur social dan Lembaga tersebut dibentuk dengan tangan manusia dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dalam menjalani kehidupan karena adanya interaksi antar sesama yang membentuk pola perilaku. Untuk membentuk pola perilaku yang baik ditengah-tengah masyarakat maka itu

adalah tugas da'I dan umat muslim untuk menyebarkan ajaran agama Islam sesuai yang ada pada Al-Qur'an dan Hadist.

- 4) Membangun rasa kepedulian dan tanggung jawab social dalam membentuk kesejahteraan umat manusia. Menurut ajaran Islam memperoleh kesejahteraan dalam hidup merupakan hak bagi semua manusia. Islam menyarankan umatnya memiliki kekuatan dalam fisik, intelektual, finansial, dan akhlaq. Dalam konsep berbagi merupakan wujud dari tanggung jawab dan kepedulian sosial dalam membangun kesejahteraan umat manusia.²⁰

2. Unsur-unsur Dakwah secara umum

Unsur-unsur dakwah atau komposisi yang harus ada dalam kegiatan dakwah saat berlangsung yakni sebagai berikut:

- a. *Da'I* (pelaku dakwah), kata da'I ini disebut juga sebagai muballigh atau seseorang yang mampu menyempurnakan ajaran Islam. Namun penyebutan itu memiliki konotasi yang teramat sempit, karena pada umumnya masyarakat lebih sering menyebut da'I sebagai penyampai nasehat dalam beragama sesuai dengan isi Al-Qur'an dan Hadist.
- b. *Mad'u* (pendengar dakwah atau komunikan atau obyek dakwah), seseorang yang menerima dakwah, atau seseorang yang menjadi obyek dalam penyampaian materi dakwah atau seseorang yang mendengarkan dakwah baik pribadi maupun umum, serta para pemeluk agama secara keseluruhan. Dalam surat Saba' ayat 28 telah dijelaskan bahwa:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

Artinya: Dan kami tidak mengutus kamu melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita bahagia dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahuinya.

- c. *Wasilah* atau media dakwah, suatu alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u. Hamzah Ya'kub membagi wasilah dakwah menjadi 5 bagian yaitu sebagai berikut:

²⁰ Achmad Baidowi and Moh. Salehudin, 'Strategi Dakwah Di Era New Normal', *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 2.01 (2021), 58–74 <<https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.04>>.

- 1) Lisan seperti ceramah, bimbingan, diskusi, musyawarah.
 - 2) Tulisan seperti spanduk, buku, majalah.
 - 3) Lukisan seperti seni kaligrafi, gambar, karikatur dan lain-lain.
 - 4) Audio Visual ini dapat merangsang pendengaran dan penglihatan penonton, seperti film, sinetron, radio dan lain sebagainya.
 - 5) Akhlaq dipraktikkan di depan mad'u contoh berperilaku baik itu seperti apa dan bagaimana, agar para mad'u dapat dengan mudah mencontohnya.
- d. *Thariqah* atau metode dakwah, jika wasilah adalah sesuatu alat atau lantaran untuk menyampaikan pesan dakwah maka *thariqah* adalah metode yang digunakan dalam dakwah. Metode berasal dari Bahasa latin *methodus* yang memiliki arti cara, dalam Yunani *methodus* berarti cara atau jalan. Sedangkan dalam bahasa Inggris *method* berarti metode atau cara. Yang secara istilah dapat diartikan "Suatu cara yang dapat ditempuh untuk mencapai tujuan, rencana, pola pikir manusia".²¹
- 3. Unsur Pembentukan Dakwah Persuasif**
- Kondisi psikis para komunikan yang berbeda-beda mengharuskan cara pendekatan persuasif yang berbeda pula. Dakwah akan bersifat persuasif dapat timbul dari 3 unsur yaitu sebagai berikut:
- a. Pesona diri da'I, yang pertama ini sangat berpengaruh bagi penilaian seorang mad'u kepada sang da'I. Da'I harus memiliki modal kesesuaian antara nilai atau norma ajaran agama dengan realita kehidupan masyarakat sehari-harinya, ketulusan hati dan kesungguhan jiwa. Modal da'I ditengah masyarakat ialah persoalan integritas. Apabila integritas tersebut sudah didapat maka akan timbul rasa percaya dari mad'u kepada da'I yang pada akhirnya dapat memunculkan rasa hormat, penghargaan, simpati maupun dukungan.
 - b. Materi dan penyajian dakwah, adalah bagaimana agar pesan atau komunikasi pada mad'u ini dapat disajikan secara relevan dengan situasi, kondisi dan kebutuhan mad'u. Apabila menyajikan materi yang tidak sesuai kebutuhan mad'u biasanya akan diabaikan, sehingga tidak memberi manfaat apapun bagi sasaran.

²¹ Aminudin, 'Konsep Dasar Dakwah', *Al-Munzir*, 9.1 (2018), 97 (36-40).

- c. Kondisi psikologis mad'u, kondisi psikologis juga menentukan hasil klimaks dari pemaparan dakwah persuasif, oleh karena itu penting penting bagi da'I untuk memahami kondisi mental para mad'u sebelum melakukan dakwah persuasif.

4. Obyek dakwah

Obyek dakwah adalah semua manusia termasuk diri sendiri yang sedang menyampaikan dakwah, dalam kata lain obyek dakwah adalah seluruh masyarakat. Hal ini disamakan dengan turunnya agama Islam ke bumi, bahwa Islam tidak hanya untuk satu golongan saja melainkan untuk seluruh umat manusia. Terkait dengan obyek dakwah Allah SWT juga telah menjelaskan dalam surat At-Tarim ayat 6 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنْفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلَائِكَةٌ غِلَاظٌ شِدَادٌ لَا يَعْصُونَ اللَّهَ مَا أَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, peliharalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu; penjaganya malaikat-malaikat yang kasar, keras, dan tidak mendurhakai Allah SWT terhadap apa yang diperintahkan-Nya kepada mereka dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan.”

Dakwah Islam dilakukan kepada masyarakat, selain harus mengetahui dan memahami karakter setiap individu dan kelompok yang menjadi obyek dakwahnya da'I juga harus memahami masyarakat yang menjadi tempat obyek dakwah bersosialisasi. Asmuni Syukir membagi tipe masyarakat menjadi 3 bagian;

Pertama masyarakat primitive, Tipe ini ditinjau dari peradaban masyarakat yang paling rendah. Disebut demikian karena mereka masih menjalankan kebudayaan manusia yang paling dasar, mereka belum dikembangkan menjadi lebih maju. Primitif mangacu pada istilah prima, primair, atau primus yang berarti pertama atau asli. Sedangkan *kedua masyarakat agraris*, Asmuni Syukir mendefinisikan masyarakat tersebut sebagai masyarakat desa yakni masyarakat teritorial yang menyelenggarakan kegiatan-kegiatan hidup di suatu wilayah sesuai dengan tingkat peradabannya. *Selanjutnya yang ketiga masyarakat kota*, yakni masyarakat yang merupakan dari pusatnya suatu kegiatan, pusat pemerintahan, pusat perdagangan, sehingga masyarakat kota

selain sebagai komunitas juga sebagai masyarakat *society* (peradaban).²²

B. Komunikasi Persuasif

1. Pengertian Komunikasi Persuasif

Komunikasi Persuasif yaitu komunikasi yang bertujuan untuk merubah sikap, kepercayaan, dan pola pikir lawan bicaranya atau komunikan. Secara sederhana, pesan disebut efektif apabila makna yang diutarakan oleh persuader atau komunikator berhubungan erat dengan manfaat yang diterima dan dipahami oleh sasaran atau komunikan. Efektivitas komunikasi persuasif merujuk pada tujuan pesan untuk memengaruhi orang lain demi mengubah keyakinan, nilai, atau sikap dari sasaran. Judy Cornelia Pearson dan Paul Edward Nelson menyebutkan paling tidak ada tiga tujuan pesan dalam komunikasi persuasif yang menindikasikan efektivitas komunikasi persuasif, yakni sebagai berikut: yang *pertama, membentuk tanggapan*. Salah satu tujuan komunikasi persuasif yakni membentuk cara sasaran memberikan tanggapannya, baik ia banyak tau tentang topik tersebut atau tidak. Pembentukan tanggapan baru selalu berkaitan dengan nilai-nilai yang mapan. Dalam proses pembentukan sikap dan tanggapan, persuader atau komunikator harus mampu mempererat antara gagasan dan produk baru dengan nilai yang telah melekat dalam system masyarakat atau sasaran. *Kedua, penguatan tanggapan*, yaitu adanya kesinambungan perilaku yang sedang berlangsung saat ini terhadap beberapa produk, gagasan, dan isu. *Ketiga, perubahan sikap*, yaitu perubahan tanggapan untuk mengubah perilaku *persuadee* atau target terhadap suatu produk, konsep, atau gagasan.

2. Efektivitas Komunikasi Persuasif

Pesan komunikasi persuasif tidak terbentuk dengan sendirinya melainkan ada efektivitas persuasi di dalamnya di sebutkan (Nothstine) ada Sembilan faktor sebagai berikut:

- a. Analisis Sasaran adalah langkah awal sebelum proses persuasif dilakukan. *Persuder* harus memahami dulu siapa sasarannya, posisinya, serta latar belakang yang dipegangnya. *Persuader* tidak hanya melihat sasaran sebagai teman, musuh, pro-kontra, baik-buruk, dan sebagainya.

²² Ropingi el Ishaq, *ilmu dakwah*, ed. oleh Kamilia Sukmawati (Malang Jawa Timur: Madani, 2016), hal.60-65.

Hovland, Janis, dan Kelly menjelaskan bahwa penyusunan pesan harus mempertimbangkan latar belakang persuade atau komunikan, terutama dalam tingkat pendidikannya agar pesan dapat tersampaikan dengan baik sesuai yang diharapkan.

- b. Pesan disampaikan dengan jelas, menghormati perbedaan individual antara orang dan sasaran. Unruk memengaruhi sasaran tidak cukup dengan pesan yang jelas, namun juga dengan komunikasi yang efektif.
- c. Meningkatkan dan memelihara motivasi sasaran, dalam penyampaian pesan persuasi, penegasan atas dedikasi focus pada tenaga dan antusiasme sasaran. Motivasi dilakukan baik kepada sasaran yang mendukung ataupun tidak mendukung.
- d. Tujuan yang realistis, Individu maupun sosial mempunyai sikap, nilai, dan kepercayaan yang terbentuk atas proses-proses panjang serta kompleks. Akan sulit mengimplikasikan aspek tersebut hanya dengan satu pesan. Maka, pesan persuasif lebih efektif apabila kedua belah pihak saling memahami dan menginterpretasikan makna yang terbentuk atas komunikasi dan tindakan. Artinya, persuader dan *persuadee* mampu berkolaborasi rasa secara praktis berdasarkan pola berfikir yang realistis.
- e. Pemahaman atas perbedaan individual, Dalam memahami seseorang, konsep dasar yang harus dipegang adalah manusia itu unik. Artinya, setiap individu berbeda dalam menilai dan bertindak terhadap sesuatu obyek psikolog tertentu. Faktor penyebabnya banyak, di antaranya ialah kurangnya perolehan informasi.
- f. Pemahaman atas penggunaan informasi yang berbeda, Informasi dari persuader digunakan persuade secara berbeda, baik dalam metode maupun keadaan. Persuasif senantiasa terkait dengan aspek sasaran dan produk persoalan yang diulas. Melakukan persuasi hanya dengan sepotong data statistik atau fakta merupakan usaha yang sia-sia.
- g. Pemahaman atas rumitnya sasaran menanggapi pesan, sasaran itu kompleks; masing-masing menanggapi hal yang didengar atau dibaca pun secara rumit pula. Sasaran menanggapi persuasi secara keseluruhan di dalam diri mereka sendiri, tidak hanya bagian per bagian. Dengan kata lain, mereka menanggapi pesan persuasi juga menggunakan perasaan, selera, sikap, dan nilai yang dianutnya.

- h. Pemahaman atas segala fakta sebagai dasar berpikir, merasa, dan berbuat, Seseorang saat berfikir tidak melulu bertumpu pada fakta yang ada, tetapi juga dengan merasa dan berbuat-ditambah faktor norma, budaya, kepribadian, dan lain-lain. Oleh karena itu, sasaran persuasi tidak cukup dibujuk melalui fakta saja, tetapi harus benar-benar utuh mengenai dirinya, tidak bagian perbagian saja.
 - i. Pemahaman atas dasar fakta, Sasaran komunikasi persuasif memiliki hak penuh untuk menginterpretasikan kejadian, informasi, peristiwa, di sekitar mereka dengan caranya sendiri. Agar efektif, *persuader* harus menerima hak orang lain untuk meragukan, bahkan menantang pernyataannya, sekalipun pernyataan itu sesuatu perkara yang benar. Hal yang dianggap fakta dan dianggap benar belum tentu diinterpretasikan sebagai hal serupa oleh sasaran.²³
3. Strategi Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif memiliki tujuan yang harus jelas dan dapat dicapai. Tujuan dalam setiap proses persuasi perlu dilandasi strategi tertentu agar dapat berhasil sesuai dengan keinginan dan harapan. Strategi komunikasi persuasif dapat disusun dengan unsur komunikasi persuasif itu sendiri yakni *persuader* (komunikator), serta *persuadee* (komunikan) pesan dan saluran. Peran serta fungsi komunikator atau *persuader* dalam merumuskan strategi merupakan suatu hal yang menjadi indikator keberhasilan komunikasi persuasif.

Strategi pada hakikatnya ialah kombinasi proses perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan tertentu.²⁴ Strategi komunikasi harus memperhatikan situasi dan kondisi khalayak atau *persuadee*, *persuader*, pesan, dan saluran yang digunakan. Sebelum menerapkan strategi, *persuader* atau komunikator harus memahamil prinsip-prinsip persuasi. Menurut Scott M. Cultrip dan Allen H. Center ada empat prinsip strategi komunikasi persuasif antara lain sebagai berikut:

- 1) Prinsip identifikasi, yaitu susunan pesan persuasi yang memperlihatkan kepentingan sasaran.
- 2) Prinsip tindakan, yaitu gagasan harus disertai tindakan yang nyata atau memberi contoh kepada *persuadee* terkait suatu hal

²³ M.Si Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif*, ed. oleh Holid Anwar. 1 ed. (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2019), 219-221.

²⁴ M.Si Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif*, ed. oleh Holid Anwar. 1 ed. (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2019),. 288.

yang ingin di rubah menjadi lebih baik sesuai harapan persuader. Jika ini tidak dilakukan maka kemungkinan besar akan sulit untuk mengubah perilaku sasaran.

- 3) Prinsip familiaritas dan kepercayaan, yaitu seseorang akan mudah menerima pesan persuasi apabila disampaikan oleh seseorang yang ia percayai.
- 4) Prinsip kejelasan, pesan persuasi harus jelas dan dapat dipahami oleh sasaran.

Dalam buku Komunikasi Persuasif, oleh Sholeh Soemirat dan Asep Suryana menawarkan beberapa langkah strategi efektif komunikasi, mulai dari menetapkan spesifikasi tujuan persuasi, identifikasi dan kategorisasi sasaran, perumusan strategi dan pemilihan metode yang tepat.

Pertama, tujuan komunikasi harus jelas dan terukur.²⁵ *Kedua*, identifikasi kategori sasaran atau segmentasi khalayak. Secara umum sasaran dapat diidentifikasi berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, keanggotaan dalam kelompok primer, dan minat khusus mereka. *Ketiga*, perumusan strategi. Tujuannya agar komunikasi persuasif dapat berjalan sesuai harapan yang telah ditetapkan. *Keempat*, pemilihan metode persuasi. Tanggung jawab persuader ialah menyampaikan pesan persuasi untuk mengubah sikap, pola pikir, pendapat, dan perilaku sasaran sesuai tujuan.²⁶

C. Dakwah Melalui Film

Wasilah atau alat untuk menyampaikan dakwah salah satunya yaitu ada audio visual yang berarti perangsang pendengaran serta penglihatan seperti film, sinetron tausiyah lewat televisi, youtube dan lain sebagainya. Film memiliki dampak yang signifikan terhadap perubahan sosial di masyarakat. Perubahan tersebut disebabkan banyaknya variasi dalam proses penyampaian pesan dalam kaitannya dengan realitas objektif dan representasi simbolik yang ada dari fakta tersebut, serta kondisi yang memungkinkan masyarakat untuk memahami dan menginterpretasikan pesan dengan cara yang berbeda.

Film merupakan hasil buatan dari beberapa komponen seperti perwatakan, kostum, alur, properti, plot dan sebagainya mampu mengemas pesan ataupun ideology dari pembuatnya serta

²⁵ M.Si Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif*, ed. oleh Holid Anwar. 1 ed. (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2019),. 289.

²⁶ M.Si Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif*, ed. oleh Holid Anwar. 1 ed. (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2019),. 290.

menyampaikan realita dari sebuah kejadian secara mendalam bahkan sampai pada pengulasan gaya hidup.²⁷

Film juga menampilkan sejarah yang tertinggal di masa lalu dan menunjukkan masa kini, serta keinginan manusia terhadap sesuatu yang akan datang. Sehingga dalam penampilannya film tidak hanya menyajikan gambar bergerak saja, namun juga diikuti dengan muatan-muatan atau kepentingan tertentu. Dengan adanya perkembangan zaman saat ini maka orang-orang berlomba untuk memanfaatkan teknologi canggih tersebut untuk sarana komunikasi dan berdakwah. Saat film menjadi media dalam menyampaikan dakwah, makai akan terlihat istimewa dan kelebihan-kelebihan darinya akan terlihat menonjol dari media yang lain, dengan kelebihannya itulah film dapat dijadikan sebagai media dakwah yang efektif, karena dengan menonton film seringkali orang lebih mudah memahami dan mengingat pesan yang disampaikan. Film juga dapat memberi pengalaman baru terhadap penonton dengan adanya nuansa perasaan dan pemikiran. Dengan demikian, film yang menampilkan budaya-budaya Islam dan membawa misi bagi keselamatan seluruh umat manusia. Telah menjadi peran penting untuk dijadikan bahan pemikiran yang serius bagi kalangan muslim, terkhusus mereka yang bekerja dan bertanggung jawab dalam bidang dakwah.²⁸

D. Moderasi Beragama

1. Pengertian Moderasi Beragama

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia Edisi tahun 2008 moderasi diartikan sebagai pengurangan kekerasan dan penghindaran ekstremisme. Sedangkan “moderator” itu orang yang bertindak sebagai penengah seperti halnya hakim, wasit, pemimpin sidang dan lain-lain yang menjadi pengarah pada suatu acara pembicaraan atau mendiskusikan masalah.²⁹ Sedangkan beragama yakni menganut atau meyakini suatu ajaran agama.

Dalam warna masyarakat Indonesia yang multibudaya dan multikultur, serta banyaknya masyarakat yang masih mengedepankan sikap keberagaman yang eksklusif yang hanya

²⁷ Efendi P., ‘Dakwah Melalui Film’, *Al-Tajdid*, 1.2 (2009), 127–36.

²⁸ Mutiara Cendekia Sandyakala, Mukhlis Aliyudin, and Syukriadi Sambas, ‘Film Sebagai Media Dakwah: Analisis Semiotika’, *Prophetica : Scientific and Research Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 5.2 (2019), 133–54 (p. 139) <<https://doi.org/10.15575/prophetica.v5i2.2215>>.

²⁹ M. Quraish Shihab, *Wasathiyah Wawasan Islam Tentang Moderasi Beragama*, ed. by qomaruddin SF dan Mutimmatun Nadhifah (Tangerang Selatan: Penerbit Lentera Hati, 2020), 1,2.

mengakui kebenaran dan keselamatan secara sepihak tentu akan menimbulkan gesekan antar kelompok agama. Konflik keagamaan yang ada di Indonesia banyak dipicu oleh sikap keberagaman yang eksklusif, serta adanya kontestasi antar kelompok agama yang meraih dukungan umat yang tidak dilandasi dengan sikap toleran, karena masing-masing menggunakan kekuatannya untuk menang sehingga akan menimbulkan konflik.

Kata moderat dalam Bahasa Arab yaitu *Al-Wasathiyah* sebagaimana didalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 143 kata *Al-Wasath* bermakna terbaik dan sempurna. Ibnu 'Asyur mendefinisikan kata *wasath* dengan dua definisi. Yang pertama yakni menurut Bahasa, *wasath* ialah segala sesuatu yang selalu berada di tengah-tengah atau sesuatu yang memiliki sifat pas-pasan, sebanding,imbang. Yang kedua yakni definisi menurut istilah, maksa *wasath* ialah nilai-nilai Islam yang di bangun atas dasar pola pikir yang lurus dan pertengahan tidak berlebihan dalam segala sesuatu.³⁰

Dalam rangka mengurangi bahkan membasmi tindak kekerasan verbal maupun nonverbal yang ada di Indonesia dengan mengatasmakan segala perbedaan maka memiliki sikap moderasi beragama adalah jalan tengah untuk mengatasi masalah keberagaman di Indonesia. Lalu upaya yang dilakukan untuk menumbuhkan sikap moderasi beragama dalam masyarakat yang majemuk ini ialah Penyuluh agama atau da'I diharapkan memiliki sikap-sikap sebagai berikut:

- a. Informatif dan edukatif. Da'I mempunyai kewajiban menyebarkan ajaran-ajaran agama Islam *rahmatan lil'alamin* yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist.
- b. Fungsi Konsultatif, Da'I diwajibkan untuk ikut serta dalam memecahkan persoalan-persoalan yang terjadi pada mad'u secara parsial maupun universal.
- c. Fungsi Administratif, da'I juga mengemban tugasnya untuk merencanakan, melaporkan dan mengevaluasi pelaksanaan penyuluhan dan bimbingan yang telah dilakukannya.³¹

³⁰ M Luqmanul Hakim Habibie and others, 'Moderasi Beragama Dalam Pendidikan Islam Di Indonesia', *MODERATIO: Jurnal Moderasi Beragama*, 1.1 (2021), 121-41 (128).

³¹ Agus Akhmadi, 'Moderasi Beragama Dalam Keragaman Indonesia Religious Moderation in Indonesia ' S Diversity', *Jurnal Diklat Keagamaan*, 13.2 (2019), 45-55 (50-51).

Lagi dan lagi peran da'I selalu dan akan terus dibutuhkan sepanjang masa untuk melindungi masyarakat. Oleh karena itu seiring berjalannya waktu seperti saat ini yang telah memasuki fase modern maka perlu untuk merenovasi dan mengupgrade media dakwah, di zaman modern ini dakwah tidak hanya di masjid-masjid saja, tidak hanya di pengajian umum, tidak hanya di pondok pesantren, dan tidak hanya di majelis ta'lim namun saat ini media membuktikan kecanggihannya bahwa berdakwah dapat dikemas dengan indah dan menarik lewat audio visual, seperti Youtube, Sinetron, Radio, dan Film.

2. Moderasi Beragama Melalui Film

Di zaman yang serba bisa ini, langkah-langkah yang di ambil untuk mengemas moderasi beragama yang dapat diterima dan disaksikan oleh seluruh kalangan ialah dengan media audio visual. Sekarang banyak dakwah lewat film, pendidikan lewat film, menceritakan sejarah lewat film dan tidak terkecuali dakwah bermoderasi juga disampaikan lewat film. Terbitnya film *Ayat-ayat Cinta 1* yang menceritakan tentang kisah cinta segitiga antara Aisyah Fahri dan Maria sudah banyak memancing perhatian para pecinta film Indonesia, setelah bertahun-tahun akhirnya terbitlah juga *Ayat-ayat Cinta 2* yang menceritakan banyak konflik didalamnya. Film ini tidak hanya mengimplementasikan poligami namun juga menitipkan ajaran-ajaran Islam sesuai yang ada dalam Al-Qur'an dan Hadist, seperti menjaga kerukunan antar tetangga, tetap menerapkan *akhlaqul karimah* dengan orang-orang yang membeci, pesan dalam scenes dalam moderasi beragama yang cukup kental, serta lain sebagainya. Dalam penelitian ini akan menganalisa scenes moderasi beragama dalam film *Ayat-ayat Cinta 2* sesuai pedoman Rolland Barthes.

E. Sinopsis *Ayat-ayat Cinta 2*

Film ini merupakan kelanjutan cerita dari film *Ayat-ayat Cinta* yang Pertama, dalam cerita film yang kedua ini masih mengisahkan tentang perjalanan cinta Fahri dan Aisha. Perjalanan hidup mereka mengalami banyak cobaan, sehingga mereka berpindah dari Kairo ke Edinburgh Skotlandia. Di kota tersebut Fahri Bersama sang istri yaitu Aisha memulai lembaran baru dalam rumah tangganya setelah sebelumnya mereka telah melewati banyak ujian salah satunya nyawa Fahri hampir melayang, Walaupun pada akhirnya nyawa jabang bayilah yang menjadi taruhan.

Di Edinburgh kehidupan mereka kembali diuji oleh Allah SWT, Fahri hanya hidup sendirian dan ditemani oleh supir yang bernama Hulusi, setelah bertahun-tahun Aisha tidak kembali setelah kepergiannya bersama Alicia sahabat barunya yang merupakan seorang muallaf dari Amerika, mereka berdua pergi ke negara Palestina. Kepergiannya ke Palestina yaitu dengan tujuan untuk melihat realitas kehidupan di negara tersebut untuk dijadikan Novel. Namun, hingga tahun ke empat kepergiannya Aisha tak juga kembali kepada Fahri, dan Fahri pun tidak mengetahui informasi jelasnya tentang keberadaan Aisha.

Hulusi telah menasehati Fahri untuk melupakan Aisha dan menerima perempuan baru yang datang kedalam kehidupannya, Namun apalah daya Fahri bahwa melupakan Aisha tidak semudah membalikkan telapak tangan. Fahri masih berharap Aisha masih hidup diluar sana.

Di tengah perjalanannya mencari sang istri dan dalam merindukannya, Fahri mengisi hari-harinya dengan menjadi dosen di salah satu kampus yaitu University Of Edinburgh serta mengelola beberapa usahanya yang telah dirintis bersama Aisha seperti AFO Boutique, minimarket dan resto Agnina.

Selain menyibukkan diri dengan pekerjaannya, Fahri tidak lupa akan tetangga-tetangganya, kehidupannya tidak terlepas dari masalah walau ia sudah berusaha untuk melerai masalah tersebut. Masalah dengan Keira seorang pemain biola yang menghentikan sekolah biolanya karena ayahnya meninggal dunia dalam kasus pemboman kereta bawah tanah di London oleh *teroris* yang mengatasnamakan Islam, oleh sebab itu Keira sangat membeci Islam termasuk tetangganya Fahri yang merupakan pemeluk agama Islam. Fahri sering dicibir karena beragama Islam namun ia selalu menampilkan keindahan Islam kepada tetangga-tetangganya. Tanpa sepengetahuan Keira, Fahri telah membelikannya biola dan membiayainya untuk menjadi pemain biola profesional.

Selain Keira ada nenek Catarina seorang penganut Yahudi tetangga Fahri yang memandang buruk Islam. Di balik perilaku nenek Catarina terhadap Fahri, Fahri tetap membantu nenek Catarina yang hidup sebatang kara saat diusir oleh anak tirinya, bahkan Fahri menebus rumah nenek Catarina yang dijual semena - mena oleh anak tirinya. Selain itu banyak sekali kebaikan-kebaikan Fahri terhadap tetangganya yang tidak menyukainya. Ia juga telah membantu seorang pengemis bermuka buruk yang bernama Sabina untuk hidup dirumahnya sebagai asisten rumah tangga.

Di tengah perjalanannya menanti kembalinya Aisha, Fahri menemukan perempuan yang mampu membuka hatinya bernama Hulya, Lalu mereka menikah dan di karuniaai seorang putra bernama Umar. Hulya meninggal dunia seusai melahirkan karena ditusuk oleh pria tidak dikenal. Dan Sabina si pengemis bermuka buruk itu adalah Aisha yang selama ini Fahri cari. Hidup mereka kembali bahagia dengan adanya Umar disisi mereka dan menjadi pelengkap kehangatan keluarga.³²

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan agar penulis memiliki gambaran perbandingan serta acuan, untuk menghindari persamaan juga dalam penelitian. Oleh karena itu teori yang di pakai dalam penelitian ini mencantumkan hasil-hasil dari penelitian terdahulu, yakni sebaai berikut:

1. Jurnal Oleh Abdul Wahab, Nurul Ainin Nafi'ah

Jurnal tersebut berjudul “*Analisis Metode Dakwah dalam Film Ayat-ayat Cinta 2*” (Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Nahdlatul Ulama Jepara) penelitian ini menggunakan metode kualitatif menurut Denzim dan Lincoln penelitian yang menggunakan latar alamiah, dalam maksud menafsirkan sesuatu yang terjadi dengan melibatkan metode yang ada. Menurut Barthes Denotasi didapatkan karena pengamatan secara langsung dari data-data yang ada serta menghasilkan makna nyata atau makna yang sebenarnya, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui metode komunikasi atau metode dakwah yang terdapat dalam Film Ayat-ayat Cinta 2.

Hasil penelitian menyatakan bahwa metode dakwah yang ada dalam Film tersebut yaitu: *bil hikmah* (Bijaksana), *bil mauidhoh hasanah* (nasehat atau pengajaran), *bil mujadalah* (berdebat), serta sikap teladan (*demontran*).³³ Persamaan dari jurnal penelitian ini ialah sama-sama menganalisis jenis komunikasi pada Film Ayat-ayat Cinta 2, sama-sama menggunakan semiotika Rolland Barthes. Sedangkan perbedaannya adalah jurnal ini menganalisis semua scenes, namun jurnal ini hanya fokus pada adegan tokoh Fahri dalam metode dakwahnyanya. Sedangkan penelitian ini menganalisa jenis

³² Imam Akhmad and Ajeng Ayu Milanti, ‘TRANSFORMASI NOVEL AYAT-AYAT CINTA 2 KE DALAM FILM’, 2020, 25–38, (29-30).

³³ Abdul Wahab and Nurul 'Ainin Nafi'ah, ‘Analisis Metode Dakwah Dalam Film Ayat-Ayat Cinta 2’, *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam*, 12.1 (2020), 67–73 (p. 69,70,72) <<https://doi.org/10.34001/an.v12i1.1212>>.

komunikasi pada scenes moderasi beragama dalam sudut pandang semua tokoh tidak hanya Fahri saja, dalam latar belakang jurnal ini tidak dilengkapi dengan riset terkait atau masalah intoleransi dalam masyarakat, tetapi di dalam latar belakang penelitian Analisis Komunikasi Persuasif Pada Film Ayat-ayat Cinta 2 Dalam Scenes Moderasi Beragama Model Rolland Barthes dilengkapi dengan berbagai riset terkait untuk mendukung *urgensi* penelitian ini.

2. Jurnal Oleh Tania Nafida., Putri Bayu H., A. Adib Dzulfahmi

Jurnal tersebut berjudul "*Telaah Nilai-Nilai Moderasi Beragama Dalam Serial Animasi Upin-Ipin Musim Sepuluh: Pesta Cahaya serta Implikasinya Terhadap Buku Pedoman Moderasi Beragama Kementerian Agama Republik Indonesia*" Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Negeri Islam Maulana Malik Ibrahim, Malang, Indonesia. Jurnal ini menggunakan metode penelitian library research dengan analisis isi content dengan metode pendekatan kualitatif. Menurut Sayekti metode analisis ini merupakan komponen dari isi yang diamati dapat berbentuk gambar, paragraph, kalimat, potongan adegan, dan lain sebagainya.

Hasil dari analisis dalam jurnal ini setelah dilakukannya proses penelitian dalam serial Upin Ipin episode "Pesta Cahaya" di dalam scenes nya terdapat pesan moral moderasi beragama.³⁴ Terdapat persamaan antara jurnal tersebut dengan penelitian ini yaitu sama-sama menganalisis pesan moderasi beragama melalui film. Sedangkan perbedaannya ialah jurnal ini menganalisa Animasi Upin Ipin Pesta Cahaya, dan penelitian ini menganalisa Film Ayat-ayat Cinta 2. Kajian literturnya pun banyak perbedaan, dalam jurnal ini hanya ada 3 kajian pustaka yaitu mengenai pengertian moderasi beragama dan animasi Upin Ipin serta buku moderasi beragama kementerian agama RI. Sedangkan penelitian Analisis Komunikasi Persuasif Pada Film Ayat-ayat Cinta 2 Dalam Scenes Moderasi Beragama Model Rolland Barthes terdapat banyak kajian pustaka seperti pengertian dakwah secara umum, dakwah secara persuasif, komunikasi persuasif, dakwah melalui film, moderasi beragama, sinopsis Ayat-ayat Cinta 2.

³⁴ Tania Nafida A., Putri Bayu H., A. Adib Dzulfikar "Telaah Nilai-nilai Moderasi Beragama Dalam Serial Animasi Upin-Ipin Musim Sepuluh : Pesta Cahaya serta Implikasinya Terhadap Buku Pedoman Moderasi Beragama Kementerian Agama Republik Indonesia" *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, (2022), (hal. 50,51) <<https://doi.org/10.18860/mjpai.v1i1.1083>>.

3. Skripsi Oleh Fatimatuzahrotul Aini

Skripsi tersebut berjudul “*Representasi Dakwah Islam Film Bulan Terbelah Di Langit Amerika*” Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dawah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Jenis penelitian yang digunakan ialah kualitatif berlandaskan pada filsafat post positivisme, yaitu paradigma interpretif dan konstruktif yang memandang realitas social sebagai sesuatu yang utuh.

Hasil dari skripsi ini yaitu Film Bulan Terbelah di Langit Amerika merupakan dakwah muslim moderat dengan metode dakwah (hikmah, mauidhoh hasanah, dan mujadalah) dengan kegiatan *bil lisan, bil qalam, bil hal dan bi ahsan al amal* yang berupa nasehat, peringatan, mengarang tulisan bermanfaat, memperbaiki masyarakat serta keluarga, mengerahkan seluruh dana dan tenaga, menerima kesulitan dalam mencapai suatu tujuan yakni menyebarkan keselamatan dan kedamaian yang disampaikan melalui Film.³⁵ Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisa suatu Film yang di dalamnya terdapat pesan moderat, sedangkan perbedaannya ialah skripsi tersebut merepresentasikan moderasi dalam Film Bulan Terbelah di Langit Amerika, penelitian ini menganalisis Komunikasi Persuasif pada Film Ayat-ayat Cinta 2 dalam scenes moderasi beragama dengan pedoman semiotika Roland Barthes. Dalam kajian pustaka skripsi ini terdapat pengertian representasi sedangkan penelitian ini tidak ada.

4. Jurnal Oleh Cucu Indah Sari, Khusnul Khotimah

Jurnal tersebut berjudul “*Nilai-nilai Moderasi Beragama Dalam Film Kebun Krecek Di Channel Youtube Krecek Media Analisis Semiotika Roland Barthes*” Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto. Jenis penelitian yang digunakan ialah kualitatif yang bersifat deskriptif, teknik pengumpulan data observasi dan dokument *research*. Metode penelitian deskriptif kualitatif ini akan menumbuhkan data deskriptif dalam bentuk kalimat atau penjelasan baik secara lisan ataupun tulisan dari obyek yang diteliti.

Hasil dari penelitian jurnal ini berbunyi sebagai berikut, di dalamnya terdapat 3 pemaknaan dalam scenes yang

³⁵ Fatimatuzahrotul Aini, ‘Representasi Dakwah Islam Moderat Dalam Film Bulan Terbelah Di Langit Amerika’, 2020, (133).

dihidangkan yaitu makna denotasi, konotasi, dan mitos.³⁶ Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis nilai moderasi beragama dalam suatu film berpedoman semiotika Roland Barthes, sedangkan perbedaannya ialah obyek film yang diteliti. Metode penelitiannya juga berbeda, jurnal ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, sedangkan penelitian ini menggunakan literatur review.

5. Jurnal Oleh Denny Irawan, Munawwar Khalil, Ilham Putri Handayani

Jurnal ini berjudul “*Nilai-nilai Toleransi Dalam Film Ajari Aku Islam Dan Relevansinya Dengan Pendidikan Agama Islam*” UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Indonesia. Metode penelitian dalam jurnal ini mengacu pada deskriptif kualitatif yang memiliki tujuan untuk mengungkap suatu fakta yang telah terjadi.

Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa nilai toleransi yang ada dalam scenes di Film Ajari Aku Islam yakni sebagai berikut: 1. Penghormatan dan eksistensi dalam agama, 2. Saling mengerti dalam hal penggalangan dana, 3. Setuju dalam perbedaan dan lain sebagainya.³⁷ Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis suatu film yang bergenre dakwah Islam, sedangkan perbedaannya ialah obyek film yang diteliti serta metode penelitian yang digunakan jurnal ini menggunakan deskriptif kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan literatur review.

G. Landasan Berpikir

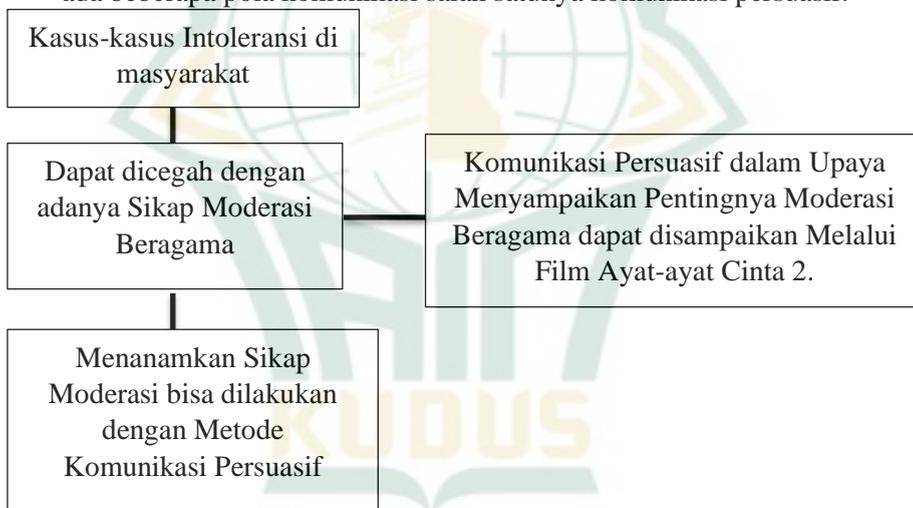
Dalam kasus intoleransi yang sudah dipaparkan oleh penulis sebelumnya seperti aksi pembubaran kebaktian di kompleks Sasana Ganesha Sabuga pada tanggal 06 Desember 2022, selang sehari setelah itu juga terjadi penurunan paksa baliho Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta karena memperlihatkan sosok perempuan memakai hijab di iklan penerimaan mahasiswa baru di kampus

³⁶ Cucu Indah Sari, Khusnul Khotimah, “Nilai-nilai Moderasi Beragama Dalam Film Kebun Krecek Di Channel Youtube Krecek Media (Analisis Semiotika Roland Barthes): Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam,” *Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2.(2) (2022), 85-98 (hal. 89,97).

³⁷ Denny Irawan, Munawwar Khalil, Ilham Putri Hindayani, “Nilai Toleransi Dalam Film Ajari Aku Islam Dan Relevansinya Dengan Pendidikan Agama Islam,” *Piwulang : Pendidikan Agama Islam*, 4.1 (2021), 65-84 hal (70,82,83).

tersebut dan lain sebagainya,³⁸ untuk menumbuhkan rasa menghargai satu sama lain atau sikap moderasi beragama dalam kehidupan yang serba majemuk ini dapat menggunakan komunikasi persuasif atau dakwah persuasif kepada masyarakat melalui film atau media visual. Pola komunikasi kepada masyarakat di zaman modern ini bisa dilakukan dengan banyak strategi salah satunya lewat film. Biasanya penonton akan lebih bisa menerima nasehat atau pesan-pesan dakwah yang disajikan dalam bentuk adegan dari pada secara langsung, serta dapat dengan mudah untuk dikenang dan diingat-ingat oleh mereka (penonton). Kesempatan bagi para sineas dakwah dalam menambah inovasinya tentang bagaimana menyusun strategi dalam melakukan dakwah yang mudah dan terarah lewat audio visual yang digemari oleh masyarakat.

Dalam film *Ayat-ayat Cinta 2* ini, terdapat scenes yang mengimplementasikan moderasi beragama, didalam scenes tersebut ada beberapa pola komunikasi salah satunya komunikasi persuasif.



³⁸ Hasan Bastomi, "Belajar Toleransi di Pondok Pesantren Gontor Ponorogo," *Edudeena*, 3,1 (2019), 53-67 (hal. 54) <<https://doi.org/10.30762/ed.v3i1.1018>>.